



TUGAS AKHIR - RD 141558

**PERANCANGAN MEDIA KAOS TEMATIK
SEBAGAI SOUVENIR PULAU BAWEAN**

ZAANA ZAGHIRAH ZATA YUMNI
NRP. 3412100120

DOSEN PEMBIMBING
Ir. BAROTO TAVIP INDRAJARWO., Msi
NIP. 19640930 199002 1001

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN PRODUK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA 2016**



TUGAS AKHIR

RD 141558

**PERANCANGAN MEDIA KAOS TEMATIK
SEBAGAI SOUVENIR PULAU BAWEAN**

ZAANA ZAGHIRAH ZATA. Y

NRP 3412100120

Dosen Pembimbing

Ir. Baroto Tavip Indrajarwo., Msi

NIP. 19640930 199002 1001

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN PRODUK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER

SURABAYA 2016



FINAL PROJECT

RD 141558

***DESIGNING THEMATIC T-SHIRT AS MERCHANDISE
OF BAWEAN ISLAND***

ZAANA ZAGHIRAH ZATA. Y

NRP 3412100120

Lecturer

Ir. Baroto Tavip Indrajarwo., Msi

NIP. 19640930 199002 1001

**VISUAL COMMUNICATION DESIGN
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN
FACULTY OF CIVIL ENGINEERING AND PLANNING
SEPULUH NOPEMBER INSTITUTE OF TECHNOLOGY
SURABAYA 2016**

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN MEDIA KAOS TEMATIK
SEBAGAI SOUVENIR PULAU BAWEAN**

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Teknik (S.T.)

Pada

Bidang Studi Desain Komunikasi Visual

Program Studi S-1 Jurusan Desain Produk Industri

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh ;

Zaana Zaghirah Zata Yumni

NRP: 3412100120

Surabaya, 28 Juli 2016

Periode Wisuda 114 (September 2016)

Mengetahui

Ketua Jurusan Desain Produk Industri

Dosen Pembimbing


Ellya Zulaikha, S.T., M.Sn., Ph.D.
NIP. 19751014 200312 2001


Ir. Baroto Tavip Indrajawo., Msi
NIP. 19640930 199002 1001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Bidang Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain Produk Industri, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya,

Nama Mahasiswa : Zaana Zaghirah Zata Yumni

NRP : 3412100120

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis Laporan Tugas Akhir yang saya buat dengan judul **“PERANCANGAN MEDIA KAOS TEMATIK SEBAGAI SOUVENIR PULAU BAWEAN”** adalah:

1. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan sebagai kutipan / referensi dengan cara yang semestinya.
2. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan data-data hasil pelaksanaan Riset Desain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka saya bersedia laporan tugas akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 01 Agustus 2016

Yang membuat pernyataan

(Zaana Zaghirah Zata Yumni)

ABSTRAK
PERANCANGAN MEDIA KAOS TEMATIK
SEBAGAI SOUVENIR PULAU BAWEAN

Zaana Zaghirah Zata Yumni

NRP: 3412100120

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain Produk Industri

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

Email: zaanazaghirahzy@gmail.com

Pembimbing : Ir. Baroto Tavip Indrajarwo., Msi

NIP. 19640930 199002 1001

Abstrak – Pulau Bawean sebagai salah satu tujuan destinasi ekowisata utama di Jawa Timur memiliki keunggulan pada keanekaragaman hayati wisata bahari khususnya taman terumbu karang dan wisata konservasi. Hal ini merupakan daya tarik utama yang mencerminkan nilai jual sekaligus keunggulan Ekowisata Pulau Bawean. Pulau Bawean sebagai objek wisata dituntut untuk siap dalam berbagai aspek, baik internal maupun yang bersifat eksternal diantaranya promosi. Selain promosi yang terus dilakukan oleh pihak pengelola, Pulau Bawean juga harus memberi kesan positif pada wisatawan yang dapat diberikan melalui souvenir atau oleh – oleh. Sejauh ini, souvenir yang paling banyak dicari oleh wisatawan adalah souvenir kaos yang bergambar identitas tempat wisata yang dikunjungi. Namun Objek Ekowisata Pulau Bawean tidak memiliki souvenir khususnya dalam bentuk kaos yang menarik dan layak untuk ditawarkan kepada wisatawan. Souvenir kaos yang ada jauh dari standar dan tidak layak ditawarkan ke wisatawan, sedangkan diluar negeri, bisnis kaos souvenir menjadi hal yang serius dan menguntungkan. Para penjual tidak asal – asalan dalam mendesain kaos souvenir untuk wisatawan negaranya, karena hal tersebut dirasa sangat mempengaruhi kesejahteraan masyarakat lokal juga. Metode yang digunakan untuk mencari data dalam perancangan ini antara lain adalah dengan pendekatan kuesioner, wawancara mendalam, observasi dan telaah dokumen yang melibatkan masyarakat setempat dan stakeholder terkait. Nantinya perancangan ini diharapkan dapat menghasilkan desain souvenir kaos yang menarik, dan dibutuhkan oleh wisatawan.

Kata Kunci—Souvenir Bawean, Kaos Tematik, Pulau Bawean, Ekowisata

ABSTRACT
DESIGNING THEMATIC T-SHIRT AS MERCHANDISE
OF BAWEAN ISLAND

Zaana Zaghirah Zata Yumni

NRP: 3412100120

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain Produk Industri

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

Email: zaanazaghirahzy@gmail.com

Pembimbing : Ir. Baroto Tavip Indrajawo., Msi

NIP. 19640930 199002 1001

Abstract – Bawean Island as one of the objectives of ecotourism destination main in east java having lead at biodiversity tourism especially coral reefs sea park and captivity turtles. Bawean Island managed UPT tourism Bawean Island has become natural heritage assets east java. This should serve as the main attraction reflecting the value of selling and excellence ecotourism Bawean Island. Bawean Island as tourism objects are required to ready in various aspects, both internal and on a external of them promotion. Besides promotion on going by the management, Bawean Island also have to give a positive impression to their tourist that can be given through souvenirs or by their merchandise. So far, souvenir the most find by travelers is souvenirs shirts a pictorial identity of tourism places visited. But ecotourism object Bawean Island do not have a souvenir especially in the form of t-shirts an interesting and worthy to be offered to tourists. A souvenir t-shirt that is far from a standard and not worth offered to tourists, while outside the land business a souvenir t-shirt very be some serious stuff and profitable. Marketers not cause random in designing a souvenir t-shirt for travelers his country, this because it is felt to be a great deal to the welfare of the community was also .Methods used to search for data among them were with the approach the questionnaire, depth interviews, observation and review of documentation involving local community and stakeholders who were related to.

Keyword—Bawean Souvenir, Thematic T-shirt, Bawean Island, Ecotourism

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *Subhanahuwataala*, Atas berkas Rahmat dan Hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan lancar.

Karya tulis yang berjudul “Perancangan Media Kaos Tematik sebagai Souvenir Pulau Bawean” ini, disusun sebagai persyarat mata kuliah, yang merupakan gabungan antara analisis dan solusi kreatif berbasis program studi Desain Komunikasi Visual di jurusan Desain Produk Industri Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP) ITS.

Sebagai bagian dari generasi muda, penulis menangkap fenomena kurangnya media kreatif berupa souvenir sebagai sarana promosi terhadap pariwisata khususnya Pulau Bawean. Sebagian besar wisatawan baik lokal maupun mancanegara sudah mulai mengenal Pulau Bawean, namun keberadaan souvenir yang menarik dan mampu untuk meningkatkan jumlah wisatawan belum didapat. Sehingga penulis bermaksud menelusuri dan mengidentifikasi masalah ini untuk kemudian memberikan gagasan sebagai solusi kreatif

Penulis menyadari karya tulis ini tidak luput dari berbagai kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan karya tulis ini. Diharapkan laporan ini dapat menjadi bagian kecil dari sekian karya tulis ini. Diharapkan laporan ini dapat menjadi bagian kecil dari sekian banyak langkah dalam mewujudkan generasi muda produktif yang kompetitif, menjadi sumber data manusia unggul yang berkualitas, dalam menuju masa depan Indonesia cemerlang.

Surabaya, 01 Agustus 2016

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Ruang Lingkup	10
1.5.1 Ruang Lingkup Studi	10
1.5.2 Ruang Lingkup Masalah.....	11
1.6 Tujuan Penelitian.....	12
1.7 Manfaat Penelitian.....	12
1.8 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II STUDI ACUAN.....	15
2.1 Studi Brand.....	15
2.1.1 Brand Identity.....	15
2.1.2 Identitas Visual	17
2.1.3 Logo	18
2.1.4 Logo sebagai Identitas Visual Brand Kaos	23
2.2 Studi Tshirt	25

2.2.1	Teknis Produksi	25
2.2.2	Model.....	36
2.2.3	Clothing Company.....	42
2.2.4	Ilustrasi.....	42
2.2.5	Warna	43
2.3	Tipografi.....	45
2.4	Souvenir	46
2.5	Studi Eksisting	48
2.5.1	Profil Pulau Bawean	48
2.5.2	Souvenir Kaos Pulau Bawean	50
2.6	Studi Kompetitor.....	52
2.7	Studi Komparator.....	54
2.7.1	Studi Komparator dengan National geographic.....	56
2.7.2	Studi Komparator dengan Brand Rip Curl	58
BAB III METODE RISET DAN DESAIN.....		63
3.1	Definisi Judul dan Sub Judul.....	63
3.1.1	Souvenir/Cendera Mata/Merchandise	63
3.1.2	Definisi T shirt/kaos	63
3.1.3	Definisi Objek Ekowisata Pulau Bawean	64
3.2	Metodologi Penelitian	65
3.2.1	Teknik Sampling	67
a.	Populasi.....	67
b.	Sampel	69
3.2.2	Jenis dan Sumber Data.....	70
3.2.3	Teknik Pengambilan Data	71
3.2.4	Teknik Perancangan	73

3.3	Alur Perancangan	74
3.4	Kriteria Desain	76
3.5	Protokol Riset	76
3.5.1	Depth Interview dengan kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean	78
3.5.2	Depth Interview dengan pemilik clothing brand Looks Like Life	80
3.5.3	Observasi ke event Apperal Indie Cloth Surabaya 2016	83
3.5.4	Kuesioner kepada 100 responden.....	86
BAB IV ANALISA HASIL RISET		89
4.1	Gambaran Umum.....	89
4.1.1	Gambaran Umum Objek Ekowisata Pulau Bawean	89
4.1.2	Deskripsi Perancangan	91
4.2	Hasil Riset	92
4.2.1	Depth Interview dengan kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean	92
4.2.2	Depth Interview dengan pemilik clothing brand Looks Like Life	101
4.2.3	Observasi ke event Apperal Indie Cloth Surabaya 2016	105
4.2.4	Kuesioner kepada 100 responden.....	107
4.3	Analisis Data/Hasil Riset.....	111
4.3.1	Analisa Stakeholder	111
4.3.2	Analisa Desain	113
4.3.3	Analisa Kaos.....	114
BAB V KONSEP DESAIN		117
5.1	Penelusuran Masalah	117
5.1.1	Kebutuhan wisatawan mengenai souvenir kaos Pulau Bawean	117
5.1.2	Stakeholder Pulau Bawean.....	117
5.2	Target Audience	118
5.3	AIO.....	119

5.4	Konsep Desain.....	120
5.5	Keyword	121
5.5.1	Definisi keyword	123
5.5.2	Keterangan Keyword :.....	123
5.5.3	Label/Brand.....	127
5.6	Logo	127
5.7	Strategi Visual	135
5.8	Strategi Komunikasi	140
5.9	Kriteria Souvenir Kaos.....	140
5.9.1	Kuesioner Kriteria Souvenir Kaos.....	141
5.9.2	Tipografi	144
5.9.3	Warna	144
5.9.4	Tema/series/konten.....	145
5.9.5	Gaya Gambar/Visual	147
5.9.6	Layout/Print Area.....	149
5.9.7	Packaging	149
5.9.8	Tag.....	150
5.10	Proses Desain	151
5.10.1	Sketsa Alternatif Desain	151
5.10.2	Kategori Objek Visual dengan 10 gaya gambar.....	153
5.10.3	Alternatif Desain Kaos.....	156
5.11	Sistem Produksi.....	161
5.11.1	Spesifikasi Kaos	161
5.11.2	Daftar Harga.....	161
5.11.3	Jumlah Produksi	161
5.11.4	Pendistribusian	162

5.11.5	Waktu dan Timing	162
5.12	Media Sekunder (e-Katalog).....	163
5.13	Marketing Plan	165
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		169
6.1	Kesimpulan.....	169
6.1.1	Kesimpulan dari Segi Konsep Perancangan.....	169
6.1.2	Kesimpulan dari Segi Perancangan Visual	169
6.2	Saran.....	170
6.2.1	Saran dari Segi Penerapan.....	170
6.2.2	Saran dari Segi Perancangan Visual	170
DAFTAR PUSTAKA.....		171
BIODATA PENULIS		172
LAMPIRAN		171

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pulau Bawean.....	2
Gambar 1.2 Toko Souvenir.....	3
Gambar 1.3 Souvenir kaos di Indonesia	5
Gambar 1.4 Batu Onyx dan krupuk Bawean	6
Gambar 1.5 Souvenir kaos Pulau Bawean.....	7
Gambar 1.6 Souvenir kaos di luar negeri.....	8
Gambar 2.1 Logo RipCurl	19
Gambar 2.2 Brandmark Ripcurl.....	21
Gambar 2.3 Logotype Quiksilver	22
Gambar 2.4 Logo <i>brand clothing</i> di Indonesia	24
Gambar 2.5 Logo <i>clothing brand</i> luar	25
Gambar 2.6 Ukuran pola t shirt laki – laki dan perempuan	35
Gambar 2.7 Pola/Potongan bahan.....	36
Gambar 2.8 Kaos model O-neck / crew neck	37
Gambar 2.9 Kaos model V-neck.....	38
Gambar 2.10 Kaos model U-neck.....	38
Gambar 2.11 Kaos model Y-neck.....	39
Gambar 2.12 Kaos model Turtleneck	39
Gambar 2.13 Kaos model Raglan O-neck	40
Gambar 2.14 Kaos model Raglan V-neck	40
Gambar 2.15 Kaos model polo shirt	41
Gambar 2.16 Kaos model Beach Tank Top.....	41
Gambar 2.17 Warna hangat dan warna dingin.....	44
Gambar 2.18 Tipografi pada souvenir kaos di luar negeri.....	46
Gambar 2.19 Peta Lokasi Wisata Pulau Bawean	48

Gambar 3.1 Wawancara dengan Bapak Imran Rasyidi, S.Sos.....	69
Gambar 3.2 Wawancara dengan Bapak Imran Rasyidi, S.Sos.....	78
Gambar 3.3 Wawancara dengan Fiqih A. Dennoto.....	80
Gambar 3.4 Dokumentasi Observasi Indie Cloth Surabaya 2016.....	83
Gambar 3.5 Wawancara dengan Dimas Priambodo.....	84
Gambar 4.1 Wawancara dengan Bapak Imran Rasyidi, S.Sos.....	92
Gambar 4.2 Data POKDARWIS.....	94
Gambar 4.3 Data POKDARWIS.....	95
Gambar 4.4 Wawancara dengan Fiqih A. Dennoto.....	101
Gambar 4.5 Wawancara dengan Dimas Priambodo.....	105
Gambar 4.6 Layout / Area Cetak Kaos	115
Gambar 4.7 Ukuran Kaos.....	116
Gambar 5.1 Logo Bawean's Visual Merchandise.....	128
Gambar 5.2 Sistem Grafis Bawean's Visual Merchandise	128
Gambar 5.3 Logo Bawean's dikomparasikan dengan Brand clotng sejenis	129
Gambar 5.4 Uji Coba Originalitas Logo Bawean's	129
Gambar 5.5 Proporsi Logo	130
Gambar 5.6 Office Tools dan Kartu Nama	131
Gambar 5.7 Stempel.....	131
Gambar 5.8 Kaos.....	132
Gambar 5.9 Paper Bag	133
Gambar 5.10 Mug	134
Gambar 5.11 Jemper	134
Gambar 5.12 Signage	135
Gambar 5.13 Muludan di Pulau Bawean	147
Gambar 5.14 Print Area	149

Gambar 5.15 Packaging	150
Gambar 5.16 Packaging	150
Gambar 5.17 Sketsa Alternatif Desain.....	152
Gambar 5.18 Desain Kaos tema Bahari	158
Gambar 5.19 Desain Kaos tema Konservasi.....	160
Gambar 5.20 Desain Kaos tema Budaya/Tradisi	161
Gambar 5.21 Maket Store “Bawean’s”	162
Gambar 5.22 e-Katalog.....	164
Gambar 5.23 Marketing Plan.....	165

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Proses riset	77
Tabel 4.1 Tabel Hasil Riset Kuisisioner	110
Tabel 5.1 Strategi Visual.....	139
Tabel 5.2 Klasifikasi Gaya Gambar Objek Visual	148
Tabel 5.3 Klasifikasi Objek Visual dengan gaya gambar	156
Tabel 5.4 Perkiraan Harga Bahan Kaos	161

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Alur perancangan	75
Bagan 5.1 Keyword.....	122
Bagan 5.2 Proses Mendapatkan Brandmark.....	127
Bagan 5.3 Kriteria Souvenir Kaos.....	141
Bagan 5.4 Konten/series.....	145
Bagan 5.5 Breakdown konten	146

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Gresik merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang terkenal sebagai kota industri. Selain kota industri, Gresik juga dikenal sebagai kota para wali. Karena beberapa wali dan santri yang menyebarkan Islam di Indonesia hidup sampai meninggal di Gresik. Pilihan pariwisata lain di Gresik adalah alam Pulau Bawean, yang sekarang sedang begitu diminati wisatawan karena masih belum dirusak oleh pihak – pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga Bawean masih sangat alami.

Pulau Bawean adalah kawasan suaka margasatwa (SK : Mentan No. 762/Kpts/Um/12/1979 pada 5 Desember 1979) dengan luas 3.831,6 ha yang memiliki ekosistem asli jenis hutan musim, dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, edukasi, menunjang budidaya, pariwisata, dan rekreasi. Bawean adalah sebuah pulau yang terletak di Laut Jawa, sekitar 80 Mil atau 120 kilometer sebelah utara Gresik. Secara administratif sejak tahun 1974, pulau ini termasuk dalam wilayah Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. Bawean memiliki 2 kecamatan yaitu Sangkapura dan Tambak¹.

Dalam Laporan Kajian Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Gresik oleh Badan Perencanaan Pembangunan dan Pengembangan Daerah Kabupaten Gresik 2011, terdapat enam belas tujuan wisata lingkungan yang dapat dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Diantaranya enam wisata lingkungan daratan, empat wisata bahari, dan enam wisata pantai².

Pulau Bawean memiliki tipe ekosistem hutan musim, memiliki flora khas yang dapat dijumpai diantaranya Jati (*Tectona grandis*), mahoni (*Swietenia mahagoni*), bulu (*Irvingia malayana*), kenari (*Canarium asperum*), kayu sape (*Symplocos adenophylla*), pangopa (*Eugenia epidocarpa*), suren (*Dracontomelon mangiferum*), kalpo-kalpo (*Naucles sp.*),

¹ Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Pulau_Bawean

² Sumber : Statistik UPT Pariwisata Pulau Bawean

dali (*Radermachera gigantea*), bintangur (*Calophyllum saigonensis*), dan lain-lain. Sedangkan faunanya adalah Rusa bawean (*Axis kuhlii*), babi hutan (*Sus scrofa*), monyet ekor panjang (*Macaca fascicularis*), musang (*Veveverricula moluccensis*), landak (*Hystrix brachyura*), kalong (*Pteropus edulis*), dan lain-lain³.



Gambar 1.1 Pulau Bawean

(Sumber : https://afitroni.files.wordpress.com/2012/12/img_7719.jpg?w=1500)

Pulau Bawean sebagai salah satu tujuan destinasi ekowisata utama di Jawa Timur memiliki keunggulan pada keanekaragaman hayati wisata bahari khususnya taman terumbu karang dan penangkaran penyu. Selain itu Bawean menjadi tempat hewan endemik Rusa Bawean (*Axis kuhlii*) yang hanya ada dan berkembang di Pulau Bawean. Keanekaragaman spesies terumbu karang menjadi sumber ilmu pengetahuan bahari yang tinggi bagi masyarakat. Pulau Bawean yang dikelola UPTD Pariwisata Pulau Bawean telah menjadi cagar alam aset Jawa Timur. Hal ini dapat menjadi daya tarik utama yang mencerminkan nilai jual sekaligus keunggulan Ekowisata Pulau Bawean. Namun jumlah pengunjung yang datang tergolong fluktuatif dan masih tergolong sedikit jika dibanding dengan destinasi ekowisata lainnya.

Pulau Bawean sebagai objek wisata dituntut untuk siap dalam berbagai aspek, baik internal maupun yang bersifat eksternal diantaranya promosi. Selain promosi yang terus dilakukan oleh pihak pengelola, Pulau Bawean juga harus memberi kesan positif pada wisatawannya yang dapat

³ Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Pulau_Bawean

diberikan melalui souvenir atau oleh – oleh. Pada dasarnya Souvenir merupakan cendera mata yang memiliki fungsi untuk memberikan kenang-kenangan pada sesuatu yang bisa digambarkan oleh souvenir tersebut. Bisa kenang-kenangan pada kegiatan tertentu, dari orang lain, atau tempat yang dikunjungi seperti tempat pariwisata. Keberandaan souvenir pada suatu objek wisata menjadi aspek yang juga dicari oleh wisatawan karena dengan adanya souvenir khas tempat wisata tersebut, wisatawan dapat mengenang melalui benda – benda tersebut.



Gambar 1.2 Toko Souvenir
(Sumber : google.com)

Tempat wisata perlu dikelola dengan baik sehingga bisa mendatangkan pengunjung yang banyak baik domestik maupun turis luar negeri. Salah satu pengelolaan yang perlu di perhatikan adalah pembuatan perbedaan identitas dengan tempat wisata lainnya. Suatu tempat pariwisata perlu memiliki ciri khas tertentu yang membuatnya berbeda dengan tempat pariwisata lainnya. Salah satunya melalui media souvenir yang juga bisa menunjukkan identitas dari tempat wisata tersebut.

Dalam pengertiannya cendera mata adalah sesuatu yang dibawa oleh seorang wisatawan ke rumahnya untuk kenangan yang terkait dengan benda itu. Dalam bahasa Indonesia, istilah ini kadang disinonimkan dengan oleh-oleh, suvenir, tanda mata, atau kenang-kenangan. Cendera mata bisa berupa pakaian seperti kaos atau topi, dan peralatan rumah tangga seperti cangkir atau mangkok, asbak, sendok, jam pasir, maupun buku tulis. Benda-benda tersebut bisa ditulisi untuk menandai asalnya. Wisatawan bisa pula membeli

cendera mata sebagai kenang-kenangan bagi orang lain.⁴ Souvenir perlu dibuat dengan desain yang mewakili sifat wisata tersebut, misalnya wisata di bali akan sangat kental dengan souvenir-souvenir dengan ornament-ornament candi, ukiran bali, dan juga souvenir budaya bali lainnya.

Fungsi souvenir ini bagi tempat pariwisata sangat banyak, diantara sebagai bagian dari promosi tempat wisata, dan bisa juga menjadi kenang-kenangan bagi pengunjung atau wisatawan yang datang. Jika pergi ke tempat wisata tentu wisatawan ingin membeli cendera mata yang asli menunjukkan kekhasan tempat wisata tersebut. Souvenir sangatlah penting bagi kota pariwisata. Walaupun sederhana, pilihan souvenir yang di jual turut mempengaruhi kepuasan wisatawan untuk tertarik datang kembali.

Sejauh ini, souvenir yang paling banyak di cari oleh wisatawan adalah souvenir kaos yang bergambar identitas tempat wisata yang dikunjungi. Souvenir kaos pun bisa menjadi unik tergantung dari desain yang di buat. Souvenir dalam bentuk kaos menjadi lebih banyak diminati oleh wisatawan karena selain memiliki daya fungsi dan gunanya, kaos juga mudah dibawa dan dengan desain yang beranekaragam menjadi daya tarik tersendiri. Berbagai model kaos juga ditawarkan untuk menarik wisatawan. Souvenir dalam bentuk kaos yang baik haruslah melihat kebutuhan dan menyesuaikan tren fashion kaos yang ada, dan tidak diproduksi secara partai. Hal tersebut dilakukan agar desain kaos yang dihasilkan mampu bersaing dengan kaos bermerk.

Beberapa obyek ekowisata yang ada di Indonesia mempunyai souvenir berbentuk kaos yang cukup menarik dari sisi desain namun kelemahannya memiliki bahan yang tidak nyaman apabila dikenakan. Kaos pada setiap objek wisata didesain dengan menampilkan visual dari ciri khas dan keunikan objek wisata tersebut.

⁴ Sumber :<https://id.wikipedia.org/wiki/Souvenir>



Gambar 1.3 Souvenir kaos di Indonesia
(Sumber : google.com)

Namun Objek Ekowisata Pulau Bawean sebagai sebagai salah satu obyek ekowisata dan menjadi andalan di Jawa Timur tidak memiliki souvenir khususnya dalam bentuk kaos yang menarik dan layak untuk ditawarkan kepada wisatawan. Selama ini wisatawan hanya dapat membawa oleh – oleh berupa kerajinan batu onyx yang memiliki masalah berat apabila dibawa, dan juga kuliner khas Pulau Bawean seperti krupuk ikan serta lainnya. Hal ini berdampak pada kekecewaan wisatawan karena tidak semua yang mereka inginkan didapatkan di Pulau Bawean, mereka tidak dapat membawa barang kenang – kenangan yang menarik untuk dibawa pulang.



Gambar 1.4 Batu Onyx dan krupuk Bawean
(Sumber : google.com)

Beberapa desain kaos yang pernah dibuat oleh beberapa orang Pulau Bawean dirasa jauh dari standart dan tidak layak untuk ditawarkan kepada wisatawan terlebih wisatawan mancanegara. Selain desainnya yang tidak menarik dan terkesan dikerjakan dengan asal – asalan, bahannya pun terbilang kasar dan tidak nyaman apabila dikenakan. Desain yang ada dirasa tidak mencerminkan keunggulan dan keunikan dari Pulau Bawean sehingga wisatawan cenderung urung untuk membeli kaos Pulau Bawean.



Gambar 1.5 Souvenir kaos Pulau Bawean
(Sumber : google.com)

Diluar negeri bisnis kaos souvenir sangat menjadi hal yang serius dan menguntungkan. Para penjual tidak asal – asalan dalam mendesain kaos souvenir untuk wisatawan negaranya, karena hal tersebut dirasa sangat mempengaruhi kesejahteraan masyarakat lokal juga. Kaos yang ditawarkan tidak hanya memiliki kualitas bahan terbaik namun juga model dan desain yang menarik sehingga wisatawan tidak menjadi malu menggunakan kaos tersebut dan mendapatkan rasa percaya diri lebih. Setiap kaos didesain dengan menampilkan identitas visual dari keunikan negaranya sehingga kaos tersebut dapat terus membuat wisatawan mengingat objek wisatanya. Strategi promosi melalui kaos ini dirasa sangat efektif karena selain akan menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan bagi pihak penjual juga menguntungkan bagi konsumen karena wisatawan mendapatkan barang kenang – kenangan yang menarik dan dibutuhkan.



Gambar 1.6 Souvenir kaos di luar negeri
(Sumber : google.com)

Metode yang digunakan untuk mencari data antara lain adalah dengan pendekatan kuesioner, wawancara mendalam, observasi dan telaah dokumen yang melibatkan masyarakat setempat dan stakeholder terkait. Dari penelitian dan riset, serta analisa yang dilakukan terhadap data yang terkumpul strategi disusun atas dasar fakta-fakta lalu diterjemahkan ke dalam bentuk desain souvenir kaos yang mencerminkan identitas Pulau Bawean sebagai kawasan ekowisata berbasis konservasi edukasi di Jawa Timur yang ditujukan kepada turis domestik dan mancanegara.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam kasus objek ekowisata Pulau Bawean ini terdapat beberapa hal mendasar yang mendorong diperlukannya sebuah perancangan desain souvenir kaos yaitu :

1. Potensi pariwisata Pulau Bawean belum sepenuhnya di kelola dengan maksimal
2. Objek Ekowisata Pulau Bawean tidak memiliki souvenir atau oleh – oleh yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan
3. Souvenir kaos yang pernah diproduksi jauh dari standart dan tidak layak untuk ditawarkan kepada wisatawan baik domestik maupun mancanegara
4. Diperlukan desain souvenir kaos yang menarik, unik, dan dibutuhkan wisatawan yang menggambarkan identitas Pulau Bawean

Melihat dari identifikasi masalah yang ada maka diharapkan penelitian ini dapat mencapai menyelesaikan permasalahan terkait dengan souvenir kaos untuk Objek Ekowisata Pulau Bawean yang dapat mengvisualisasikan objek desain yang mencerminkan suatu destinasi ekowisata dengan keunikan dan segala cerita dibaliknya, sebagai salah satu upaya mendukung dan memperkuat citra Ekowisata Pulau Bawean kepada wisatawan.

1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang ada diperlukan batasan yang akan dikerjakan untuk dicari solusinya, batasan tersebut yaitu :

1. Perancangan ini fokus dalam desain souvenir berupa kaos
2. Souvenir lain (gantungan kunci, mug, dll) akan diproduksi oleh peneliti, namun tidak dibahas lebih mendalam
3. Studi lokasi penelitian adalah Pulau Bawean
4. Peneliti tidak menghasilkan elemen-elemen yang tidak bersifat desain komunikasi visual, seperti pembentukan kinerja pengelolaan souvenir Pulau Bawean
5. Tidak membahas mengenai promosi walaupun nantinya souvenir kaos Pulau Bawean akan digunakan sebagai salah satu elemen promosi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka dapat dirumuskan masalah pada perancangan ini yaitu, “Bagaimana merancang desain souvenir kaos untuk Destinasi Ekowisata Pulau Bawean yang mampu menginterpretasikan keunikan Pulau Bawean serta menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan ?”

1.5 Ruang Lingkup

1.5.1 Ruang Lingkup Studi

Ruang lingkup studi diperlukan untuk membantu memperkuat latar belakang dengan data dan menganalisis masalah melalui metode, riset, dan studi yang akan dilakukan pada perancangan ini. Berikut merupakan beberapa lingkup studi yang akan dilakukan :

1. Riset tentang souvenir kaos yang meliputi elemen – elemen visual pendukung yang muncul pada konten (Destinasi Ekowisata Pulau Bawean), diantaranya :
 - a. Souvenir
 - b. Brand
 - c. Warna, bentuk, dan tipografi
 - d. Tren mode/fashion kaos
 - e. Bahan/material produk
 - f. Produksi kaos
2. Studi komparator souvenir kaos objek ekowisata lain sebagai pertimbangan – pertimbangan tentang desain kaos yang baik yang mampu memvisualkan objek, juga nantinya menjadi parameter dalam menentukan konsep visualnya
3. Studi eksisting atau analisis terhadap artefak desain yang pernah digunakan
4. Riset melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden untuk mendapatkan data terkait studi dan opini publik

5. Riset melalui pendekatan observasi ke kawasan Objek Ekowisata Bawean yang nantinya akan mendapatkan hasil data primer yang dapat digunakan sebagai acuan perancangan
6. Studi Pustaka terhadap konten sejarah, budaya, dan segala hal yang berkaitan dengan Objek Ekowisata Pulau Bawean, yang akan sangat berguna dalam mencari kepribadian dan karakteristik terhadap konten desain.
7. Analisa atau riset kebutuhan juga perlu dilakukan untuk mendapatkan timbal balik dari pihak audience sehingga perancangan desain ini dapat menyelesaikan masalah terkait souvenir kaos pada Ekowisata Pulau Bawean

1.5.2 Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan masalah yang ada, maka penelitian ini akan meliputi :

- 1) Perancangan desain souvenir kaos Objek Ekowisata Pulau Bawean
- 2) Menggali karakteristik Pulau Bawean sebagai destinasi ekowisata di Jawa Timur.
- 3) Pengaplikasian serta mengimplementasikan elemen-elemen visual pada media kaos dan souvenir lain.

a. Output/Luaran

Dari perencanaan yang dilakukan diharapkan menciptakan 50 desain kaos tematik yang dapat mengimpresmentasikan *brand image* ekowisata Pulau Bawean. 50 desain kaos tematik tersebut dibagi berdasarkan konten sesuai tema, sebagai berikut :

1. Bahari
2. Konservasi
3. Budaya sebagai edisi spesial

Hampir seluruh komponen desain didesain dan dibuat sendiri (80%) meliputi :

1. Produk
2. Kemasan

3. Branding
4. Katalog/e-katalog

1.6 Tujuan Penelitian

1. Merancang desain souvenir kaos tempat ekowisata dan keunikannya pada Objek Ekowisata Pulau Bawean yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan.
2. Memperkuat dan memperkenalkan *brand identity* Pulau Bawean sebagai destinasi ekowisata di Jawa Timur melalui desain souvenir kaos yang dirancang

1.7 Manfaat Penelitian

Dengan adanya gagasan perancangan souvenir kaos terhadap Objek Ekowisata Pulau Bawean maka diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan souvenir kaos yang dapat diaplikasikan pada proses pengembangan objek ekowisata tersebut serta masukan pada pihak yang terkait dalam upaya perancangan souvenir Destinasi Ekowisata Pulau Bawean seperti UPT Pariwisata Gresik, Dinas Pariwisata, dan stakeholder terkait.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya perancangan souvenir kaos ini diharapkan mampu mewakili keunikan dari Objek Ekowisata Pulau Bawean. Menciptakan kesan positif pada wisatawan dan memiliki alat untuk bersaing dengan destinasi ekowisata lainnya yang ada di Indonesia. Souvenir kaos ini bermanfaat untuk menunjang *brand identity* dari Ekowisata Pulau Bawean dan sekaligus menjadi media promosi.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang dari perancangan souvenir kaos Objek Ekowisata Pulau Bawean secara umum dan melihat

fenomena yang ada saat ini yang kemudian akan merujuk pada identifikasi masalah. Berdasarkan identifikasi masalah, kemudian disusun batasan masalah dari penelitian ini. Selain itu juga membahas mengenai rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tinjauan pustaka mengenai teori-teori yang digunakan dalam mendukung penyelesaian masalah atau pencapaian tujuan. Selain itu juga terdapat tinjauan yang lebih mendalam terhadap subyek desain, studi eksisting, dan komparator.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode-metode yang dilakukan dalam penelitian untuk memperoleh data yang kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan dari hasil pengumpulan data tersebut. Serta proses perancangan dalam penelitian mulai dari penentuan big idea hingga kriteria desain.

BAB IV : KONSEP DESAIN

Bab ini membahas tentang definisi konsep yang berkaitan dengan masalah atau tujuan, penjelasan tahapan metode pencapaian desain, mulai dari penelusuran masalah, konsep desain dan alternatif desain.

BAB V : IMPLEMENTASI DESAIN

Bab ini membahas tentang penjelasan hasil akhir perancangan yang berupa perancangan souvenir kaos Objek Ekowisata Pulau Bawean

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian serta saran yang diperlukan dalam pembahasan penelitian ini.

“Halaman ini Sengaja Dikosongkan”

BAB II

STUDI ACUAN

Pada perancangan souvenir kaos Pulau Bawean ini penulis melakukan dua studi pokok yang nantinya akan dijadikan acuan dalam menentukan desain akhir, dua studi tersebut ialah : Studi Brand/merk sebagai acuan membentuk identitas visual dari produk dan Studi souvenir Kaos/*t-shirt*.

2.1 Studi Brand

2.1.1 Brand Identity

Pembedaan antara produk dan merek menurut Susanto (2003:1) dapat dipakai sebagai panduan untuk memperjelas tentang identitas. Produk meliputi ruang lingkup, atribut, kualitas, dan penggunaan. Sedangkan merek meliputi simbol, kepribadian merek, segala asosiasi terhadap organisasi, negara asal, pencitraan oleh pengguna, manfaat ekspresi diri, manfaat emosional, dan hubungan antara merek dan pelanggan.

Identitas merek adalah seperangkat asosiasi merek yang unik diciptakan oleh para penyusun strategi merek. Asosiasi-asosiasi ini mencerminkan kedudukan suatu merek dan merupakan suatu janji kepada pelanggan dari anggota organisasi. Identitas merek akan membantu kemantapan hubungan diantara merek dan pelanggan melalui proposisi nilai yang melibatkan manfaat fungsional, manfaat emosional atau ekspresi diri. (Kotler & Keller, 2006:261)⁵.

Menurut David A. Aaker dan Erich (2002:43) *brand identity* terbentuk dari dua puluh dimensi yang digabung menjadi empat, yaitu *brand as product*, *brand as organization*, *brand as person*, dan *brand as symbol*.⁶

1. Brand as Product

Asosiasi yang berhubungan dengan produk tetap penting sebagai

⁵ Kotler & Keller, 2006:261

⁶ David A. Aaker , Erich Joachimsthaler . 2009. Brand Leadership: Building Assets In an Information Economy. Publisher: Free Press. Hal. 43.

bagian dari identitas merek, atribut secara langsung berhubungan dengan pembelian atau penggunaan produk yang dapat memberikan keuntungan fungsional maupun emosional bagi konsumen. Atribut yang berhubungan dengan sebuah produk dapat menciptakan proporsi nilai melalui penawaran yang lebih baik.

2. *Brand as Organization*

Brand as organization memfokuskan pandangannya pada *attributes of the organization* dari pada terhadap produk atau jasa. *Organization attributes* meliputi suatu inovasi, peningkatan kualitas, perhatian terhadap lingkungan yang diciptakan oleh orang, budaya, nilai maupun program dari perusahaan.

3. *Brand as Person*

Brand as person memberikan kesan yang lebih menarik terhadap *brand identity*, karena *brand as person* diasumsikan seperti halnya manusia. Pribadi merek dapat menciptakan merek yang kuat dengan berbagai cara. Pertama, membantu menciptakan manfaat ekspresi diri sebagai sarana konsumen untuk mengekspresikan kepribadiannya. Kedua, sifat - sifat manusiawi mempengaruhi hubungan antar konsumen dan merek. Ketiga, pribadi merek dapat mengkomunikasikan atribut produk dan memberikan sumbangan bagimanfaat fungsional.

4. *Brand as Symbol*

Simbol yang kuat dapat memberikan kecerahan dan struktur bagi sebuah identitas serta mempermudah produk untuk dikenal dan diingat. Kehadiran simbol dapat merupakan kunci pengembangan produk untuk dikenal dan diingat. Kehadiran simbol dapat merupakan kunci pengembangan merek. Simbol terdiri atas citra visual, metafora, dan kebesaran merek. Simbol yang melibatkan pencitraan visual memudahkan untuk diingat dan memiliki kekuatan. Simbol akan sangat bermakna jika bermetafora dengan karakteristik simbol yang menampilkan manfaat

fungsional, emosional, atau ekspresi diri. Simbol yang kuat akan membantu strategi merek. Apabila simbol yang digunakan perusahaan sesuai dengan karakteristik dari pelanggan maka akan dapat memberikan nilai *functional* dan *emotional*. Identitas dari perusahaan seperti slogan, simbol, *jingle*, dan lain-lain harus dapat menciptakan pengalaman sehingga akan dapat mempermudah dalam pembentukan *brand identity*.⁷

2.1.2 Identitas Visual

Menurut Adamsmorioka dalam bukunya *Logo Design Workbook: A Hands-On Guide To Creating Logo*, “Identity is the combination of the logo, visual system (typeface, colors, imagery), an editorial tone work together to form a unique and cohesive message for company, person, object, or idea”.⁸

Identitas visual merupakan kombinasi dari logo, sistem visual (tipografi, warna, *imagery*) yang dibuat menjadi satu - kesatuan yang padu untuk menyampaikan pesan tertentu dari sebuah perusahaan, orang, benda, ataupun ide.

Identitas visual adalah bentuk visual yang bertujuan untuk mengidentifikasi, membedakan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan di dalam persaingan saat ini, serta menciptakan kepercayaan terhadap masyarakat atau konsumen. Identitas dalam suatu brand berarti semua yang dilakukan oleh suatu brand dalam mempresentasikan keseluruhan atau sebagian dari brand tersebut terhadap audiens. Dalam persaingan yang kompetitif saat ini, sebuah produk, tempat, orang, perusahaan, dan lain-lain harus mampu berkomunikasi melalui identitas visual yang jelas dan konsisten. Identitas visual mencakup semua aplikasi desain, seperti logo, kop surat, kartu nama, *website*, dan aplikasi desain lainnya.⁹

⁷ David A. Aaker, Erich Joachimsthaler. 2009. *Brand Leadership: Building Assets In an Information Economy*. Publisher: Free Press. Hal. 44.

⁸ Morioka, Adams. 2004. *Logo Design Workbook – A Hands on Guide to Creating Logos*. h.20

⁹ Landa, Robin. 2011. *Graphic Design Solutions*. USA. h. 240

Selain sebagai pembeda, identitas visual yang diaplikasikan secara konsisten dan dalam satu kesatuan akan dapat membangun kesan positif di benak masyarakat tentang destinasi ekowisata Pulau Bawean untuk bersaing dengan destinasi ekowisata lain di Indonesia.

Untuk merancang identitas visual merk souvenir kaos Pulau Bawean yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, maka ada tiga kriteria utama yang digunakan dalam mendesain identitas visual tersebut, yaitu kesederhanaan, keunikan dan simbolisme metaforik¹⁰. Identitas visual yang baik tidak hanya dapat terlihat kontras dengan kompetitornya, namun mempunyai ciri khas dan dapat diimplementasikan di berbagai media. Diferensiasi pada identitas visual terlihat dari positioning suatu perusahaan yang fokus, yang diwakilkan melalui gaya visual yang khas dan berbeda, pengaplikasian media yang terintegrasi serta konten perusahaan itu sendiri.

Setiap perusahaan mempunyai nilai-nilai yang ingin disampaikan dan diterapkan pada seluruh elemen perusahaan. Dengan adanya identitas visual yang mampu mengemas value sebuah perusahaan, maka masyarakat dengan mudah mengetahui apa yang ingin disampaikan sebuah perusahaan melalui identitas visual. Identitas visual yang baik tentunya mampu menjadi alat untuk bersaing dengan merk perusahaan lainnya. Dengan kemampuannya menjadi alat untuk bersaing, identitas visual dapat membangun dirinya sebagai simbol yang langsung dapat dikenali masyarakat sehingga masyarakat dapat menerima nilai-nilai yang dicitrakan oleh sebuah logo yang menjadi bagian dari identitas visual pada perusahaan dan dengan mudah membangun kepercayaan pelanggan atau membuat pengunjung datang kembali.

2.1.3 Logo

“Logo adalah simbol dari suatu perusahaan, benda, publikasi, jasa, atau sebuah ide”, menurut Adams Morioka dalam bukunya *Logo Design Workbook*.¹¹ Dan menurut Tristan Manco, seorang desainer grafis dan penulis buku *Street*

¹⁰ Keller, Maura; Taute, Michelle; Capsule. 2012. Design Matters -an essential primer An Essential Primer - Brochures, Logos, Packaging, Portfolios. USA: Rockport Publishers, Inc. Hal. 125.

¹¹ Ibid. h. 18

Logo, logo adalah sebuah simbol yang unik atau desain yang “merepresentasikan” sebuah perusahaan atau seseorang.¹²

Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol. Karena fungsi dasarnya sebagai identitas, logo haruslah unik dan mudah diingat. Selain itu, logo juga harus divisualisasikan seimbang dan enak dipandang, serta relefan sehingga mampu memberikan penjelasan mengenai apa yang ditawarkan perusahaan pemilik logo. Ditinjau dari pengertian tersebut, maka logo sangatlah bergantung dari karakter masing-masing perusahaan. Jadi logo adalah sebuah simbol atau gambar yang dapat mengenalkan atau merepresentasikan sebuah perusahaan, perkumpulan, atau seseorang sehingga publik dapat mengenal dan mudah mengingat keberadaan perusahaan, perkumpulan, atau individu tersebut.



Gambar 2.1 Logo RipCurl

(Sumber : [http:// www.brandsoftheworld.com/logo/rip-curl-5](http://www.brandsoftheworld.com/logo/rip-curl-5))

Logo atau tanda gambar (picture mark) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi (Kusrianto, 2007:232). Istilah logo pertama kali muncul pada tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer dibandingkan istilah logotype. Logo bisa berupa apa saja, seperti tulisan, gambar, logogram, ilustrasi dan lain-lain.¹³

¹² Manco, Tristan. Street Logos. 2004. h 43

¹³ Surianto Rustan, S.Sn. 2009. Mendesain Logo. PT Gramedia Pustaka Utama Publisher.

Menurut Carter dan Kusrianto sebuah logo yang baik harus mencakup beberapa hal sebagai berikut :

- 1) **Original dan destinctive**, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas.
- 2) **Legible**, atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
- 3) **Simple atau sederhana**, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
- 4) **Memorable** atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relatif lama.
- 5) **Easily associated with the company**, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
- 6) **Easily adaptable for all graphics media**. Faktor kemudahan mengaplikasikan logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses perancangan. Hal ini untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.¹⁴

Siapapun dapat mendesain logo, tetapi tidak semua orang dapat mendesain logo yang benar. Logo tidak hanya mengikuti spesifikasi yang diberikan oleh klien tetapi juga haruslah menjadi ikon untuk perusahaan ataupun individu itu sendiri. *Iconic* sendiri memiliki arti sesuatu ataupun seseorang yang dapat mewakili suatu objek tertentu, terkenal dan diketahui masyarakat luas, dan diyakini dapat mewakili suatu ide tertentu.¹⁵ Jika ada sesuatu yang “*iconic*”, maka itu akan mudah dikenali oleh semua orang dan membekas di ingatan. Untuk menciptakan logo yang *iconic* diperlukan beberapa elemen.

¹⁴ David E. 1985. Carter, Designing Corporate Identity Programs for Small Corporation , Art Dirstion Book Company, New York.

¹⁵ www.macmillandictionary.com/us/dictionary/american/iconic.

a. Brandmark

Brandmark adalah salah satu elemen desain yang meliputi simbol, logo, karakter, maupun suara yang menyajikan pengenalan visual terhadap sebuah produk. *Brandmark* ialah bagian dari *brand* yang dapat dilihat tetapi tidak dapat diucapkan¹⁶. Diciptakan dengan menggunakan berbagai macam bentuk dan kepribadian, *brandmark* dihasilkan dari proses suatu kata yang divisualisasikan menjadi objek atau gambar yang digunakan untuk menciptakan sebuah pemikiran kepada masyarakat.¹⁷



Gambar 2.2 Brandmark Ripcurl
(Sumber : www.outlawcustomdesigns.com)

Sebuah simbol grafis yang sederhana namun kuat, seringkali berupa bentukan abstrak, yang melengkapi aspek-aspek dari sebuah bisnis dan merepresentasikan bidang usaha perusahaan¹⁸. Simbol merupakan elemen grafis terkuat yang digunakan untuk merepresentasikan bidang usaha perusahaan, mengkomunikasikan yang tidak dapat dikomunikasikan melalui kata-kata. Bawean *clothing* harus memiliki simbol untuk dapat dikenal dan diingat dengan mudah oleh masyarakat, mengacu pada teori tentang simbol.

b. Logotype

Logotype adalah elemen grafis yang secara unik mengidentifikasi perusahaan, produk, layanan, institusi, organisasi dan lain-lain sebagai

¹⁶ en.mimi.hu/marketingweb/brand_mark.html. Jumat 1 November 2013

¹⁷ Wheeler, Alina. *Designing Brand Identity*. Canada. h. 50

¹⁸ www.logomojo.com/logo-design/types-of-company-logo-designs. Jumat 1 November 2013

pembeda pemilik *logotype* dengan entitas lain. *Logotype* adalah nama *brand* yang disusun atas *typeface/font* khusus dan diatur sedemikian rupa. Keunikan dari *logotype* adalah hal yang paling penting untuk menghindari kebingungan masyarakat dalam menentukan bidang usaha yang dijalankan suatu perusahaan.¹⁹



Gambar 2.3 Logotype Quiksilver
(Sumber : 14clicks.com/famous-logos-hidden-message/)

Pada perkembangannya, orang membuat desain logotype menjadi semakin unik dengan mengolah huruf, menambahkan elemen gambar, bahkan tulisan dan gambar berbaur jadi satu. Logotype harus dapat terbaca secara jelas, terlihat tanpa melupakan estetika dan keunikannya, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengidentifikasi sebuah produk, perusahaan, orang, jasa, dan lain-lain. Adapun fungsi dari logotype (Rustan, 2009:13) adalah :

- a. Sebagai identitas diri. Untuk membedakannya dengan identitas milik orang lain.
- b. Sebagai tanda kepemilikan. Untuk membedakan miliknya dengan milik orang lain.
- c. Tanda jaminan kualitas.
- d. Mencegah peniruan/pembajakan.²⁰

Berdasarkan hal itu, dalam mendesain logo untuk objek ekowisata Pulau Bawean diperlukan sebuah logo yang memiliki sifat khusus. Logo tersebut harus dapat menggambarkan kepribadian objek ekowisata Pulau Bawean kawasan ekowisata yang modern berbasis konservasi edukasi. Unsur yang dikedepankan adalah konservasi

¹⁹ www.logodesignweb.com/logodefinition.htm.

²⁰ (Rustan, 2009:13)

karena objek ekowisata Pulau Bawean dimanfaatkan untuk tujuan perlindungan, edukasi, menunjang budidaya, pariwisata dan rekreasi mengenai wisata lingkungan dan bahari. Ciri khas dari logo tersebut harus mampu tertanam dibenak *audiens* dan mampu menyampaikan semua hal-hal non fisik lainnya sebagai sebuah objek yaitu visi dan misinya, filosofi, nilai dan seluruh kepribadian objek ekowisata Pulau Bawean.

2.1.4 Logo sebagai Identitas Visual Brand Kaos

Pada objek ekowisata penerapan logo dimaksudkan sebagai media untuk mengenalkan identitas Objek Ekowisata Pulau Bawean kepada audiens dalam hal ini melalui brand souvenir kaos. Logo tersebut berfungsi sebagai media pencitraan sehingga apa yang menjadi keunikan dan nilai Objek Ekowisata tersebut tercermin dalam logo. Umumnya pemakaian logo untuk Ekowisata di Indonesia berjenis *picture mark* dan *letter mark* yang menunjukkan ciri khas dari Objek Ekowisata tersebut.

Berikut beberapa contoh logo berjenis *picture mark* dan *letter mark* yang digunakan oleh beberapa *brand tshirt* di Indonesia.





Gambar 2.4 Logo *brand clothing* di Indonesia
(Sumber: Google)

Setelah melihat beberapa logo *t-shirt clothing brand* di Indonesia dapat disimpulkan bahwa logo tersebut memiliki kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang cukup jelas dan cukup *memorable* sehingga *audience* mudah mengenali. Tingkat keterbacaan logo cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda. Logo tersebut juga mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat karena gambar yang terdapat didalamnya mudah diingat. Namun beberapa logo di eksekusi dengan tidak baik terkesan asal – asalan sehingga nilai estetika dari logo tersebut tidak terlalu baik.

Berbeda dengan logo *t-shirt clothing* di Indonesia, logo *t-shirt clothing* di mancanegara selain mampu menonjolkan ciri khas dan identitas dari masing - masing produk, juga menampilkan nilai estetika yang menarik sehingga ciri khas dari produk tersebut lebih menarik dan berbeda. Penggunaan *picture mark* digunakan sebagai penegas ciri khas yang menjadi fokus dalam *brand* tersebut. Berikut beberapa contoh logo berjenis *picture mark* dan *letter mark* yang digunakan oleh beberapa *t-shirt clothing* di mancanegara. Beberapa diantaranya menggunakan prinsip *gestalt* sehingga memiliki keunikan dan pesan yang ingin disampaikan kepada *audience*



Gambar 2.5 Logo *clothing brand* luar
(Sumber: Google)

2.2 Studi Tshirt

Studi tentang kaos dilakukan untuk mendapat pengetahuan terkait tentang keseluruhan produksi kaos, yang didalamnya terdapat teknik produksi, model, dll.

2.2.1 Teknis Produksi

a. Sablon

Secara verbal, sablon dapat diartikan sebagai kegiatan cetak-mencetak grafis dengan menggunakan kain gasa pada suatu bidang sasaran cetak (bisa kaos, kertas, plat, atau media lainnya). Dengan adanya sablon, pekerjaan cetak-mencetak menjadi lebih cepat dan mudah.

Pada perkembangannya saat ini, pekerjaan sablon telah dikembangkan dengan menggunakan mesin. Namun tentunya antara sablon manual dan sablon mesin, memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing yang membuat keduanya memiliki nilai jual yang berbeda. Kedua teknik tersebut dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dari user.

Secara umum ada dua jenis sablon yang biasa digunakan para pengerajin sablon t shirt, yaitu sablon manual dan sablon digital. Sablon manual sendiri terdiri dari beberapa macam, yang diantaranya :

1. Sablon Separasi

Separasi ialah proses sablon dengan pemisahan warna design untuk dijadikan film. Jenisnya ada dua, ada yang spot color atau warna blok biasanya ini untuk desain berbentuk vector, ada juga berbentuk raster atau disebut proses color.

2. Sablon Glitter

Cat sablon trasparan yang diaplikasikan dengan campuran bubuk metalik / mengkiat. Sablon model ini terlihat lebih exclusive dan mewah.

3. Sablon Foil

Sablon dengan menggunakan lapisan bahan kertas logam (seperti alumunium foil) yang ditempelkan diatas kain dengan lem khusus. Jenis sablon yang memberikan kesan mengkilat menjadikan T- Shirt terlihat eksklusif.

4. Sablon High Density

Ini cat sablon timbul tajam yang bahan dasarnya dari plastisol, tinta yang bersifat transparan, tinta ini menghasilkan efek sablon yang mengkilap, terkesan basah dan bisa juga dibuat doff.

5. Sablon High Frequency

Sablon dengan cat plastisol yang memakai raster-raster kecil, makanya disebut high frequency dikarenakan rasternya sangat rapat (plastisol bisa 55 sampai 60 pdi (dot per inch))

6. Sablon aspal

Salah satu jenis plastisol. Bentuk jadinya monotone hitam, sedikit kasar dan mengkilat

b. Jenis – Jenis Tinta Sablon

Sablon manual memiliki komponen berupa tinta sablon, berikut beberapa jenis tinta sablon. Tinta bahan kaos terdiri dari 2 jenis

tinta, yaitu tinta yang berbasis air atau waterbase inks dan tinta yang berbasis minyak atau solvenbase. Tinta solvenbase sering disebut dengan istilah plastisol.

1. Jenis Cat Waterbase

- Cat Rubber :

Tinta ini digunakan khusus untuk sablon diatas kain gelap. Sebab tinta ini bersifat pekat, dapat menutup permukaan warna kain dengan baik. Tinta rubber umumnya digunakan untuk underbase, underbase sendiri difungsikan sebagai penutup warna kain sebelum penyablonan warna-warna diatasnya. Tinta rubber sendiri dibagi menjadi dua jenis untuk dua fungsi kegunaan. Jenis pertama adalah tinta rubber white yang digunakan untuk *underbase*/dasar, bisa juga digunakan untuk mendapatkan warna-warna pastel/muda. Jenis kedua adalah rubber color yang digunakan untuk pencampuran warna-warna tua. Untuk mendapatkan warna putih yang bersih dan cemerlang, campurkan tinta rubber white dengan sedikit pigmen/pewarna berwarna nila atau ungu.

- Cat Transparan :

Umumnya disebut dengan coating, karena dapat difungsikan sebagai pelapisan hasil sablon, sehingga hasil sablon lebih cemerlang atau mengkilap. Tinta ini memiliki bentuk seperti tinta extender yang transparan, tetapi memiliki kandungan yang lebih kuat atau lebih keras. Tinta ini baik sekali untuk teknik penyablonan separasi empat warna dengan terlebih dahulu memberikan rubber white pada permukaan bahannya.

- Cat Extender :

Tinta ini bersifat transparan, hanya cocok untuk penggunaan diatas bahan putih atau bahan-bahan berwarna terang. Sifat dari cat ini adalah menyatu/menyerap pada bahan.

- Cat Super White

Tinta ini hampir sama jenisnya dengan tinta rubber, terdiri dari dua

jenis yaitu white dan color. Tinta ini sifatnya lebih mendekati tinta extender yaitu menyatu dengan bahan dan transparan, serta dapat disablon diatas dasar bahan berwarna gelap.

- **Cat Puff/Timbul**

Tinta ini terdapat pada kedua jenis tinta baik underbase maupun plastisol. Tinta ini memerlukan pemanasan yang akan mengakibatkan tinta ini mengembang dengan efek timbul.

2. Jenis Cat Plastisol

Tinta ini berbahan dasar PVC dan harganya cukup mahal serta membutuhkan peralatan khusus untuk pengeringannya. Sebab tinta ini tidak dapat kering dengan sendirinya seperti tinta waterbase pada umumnya. Untuk dapat kering dengan baik, tinta ini memerlukan suhu mencapai 160 derajat celcius serta membutuhkan beberapa peralatan seperti conveyor curing dan flash curing. Setelah pengeringan dengan benar, tinta plastisol ini memiliki daya rekat yang sangat baik. Tinta ini sering digunakan untuk menciptakan efek-efek yang menakjubkan seperti high density. Dan t-shirt yang menggunakan tinta plastisol selalu diberi peringatan "*Do not iron on design*", sebab tinta ini akan meleleh jika terkena panas secara langsung dari setrika.

- *Cat All Purpose*

Tinta ini berbentuk transparan, bersifat seperti extender pada tinta waterbase. Sebab tinta ini hanya baik digunakan pada kain berwarna putih atau terang.

- *Cat High Opacity*

Tinta ini mempunyai sifat seperti rubber dalam waterbase, hanya saja tinta ini mempunyai daya tutup yang lebih baik pada permukaan bahan jika dibandingkan dengan tinta rubber. Tinta ini dapat digunakan untuk teknik high density.

- *Cat Athletic Plastisol*

Tinta ini bersifat lentur atau elastis sehingga sangat cocok untuk penyablonan diatas kain polymesh, spandex atau kain dengan motif

berlubang-lubang.

- *Cork Base*

Berjenis plastisol, tinta ini dapat digunakan untuk teknik high density yang akan menghasilkan efek seperti busa atau gabus. Tinta ini memiliki kelenturan dan fleksibilitas yang tinggi sehingga cukup baik untuk penyablonan diatas bahan yang memiliki kelenturan tinggi seperti bahan Spandek dan Rib. Tinta ini juga tidak diperbolehkan untuk di dry clean, bleach atau disetrika.

- *Shimmer Gold & Base*

Tinta dari jenis plastisol ini diformulasikan untuk menghasilkan warna seperti metalik. Tinta ini berbentuk pasta dan siap pakai. Tinta ini sangat baik digunakan untuk heat transfer, baik itu cold peel maupun hot peel. Sangat baik digunakan pada kain knitting, cotton, polyester dan rayon. Tidak disarankan untuk pemakaian pada kain jenis nylon atau lycra.

- *High Density Clear*

Tinta yang bersifat transparan, tinta ini menghasilkan efek sablon yang mengkilap dan terkesan basah.

- *Wilflex Luna Clear*

Tinta plastisol transparan yang tidak terlihat dengan sinar lampu biasa, akan muncul jika terkena sinar ultraviolet

- *Natural Suade*

Tinta plastisol yang menghasilkan efek kulit yang sangat lembut.

2. Jenis Cat dan Teknik Lainnya :

- *Yellow Sparkle*

Bubuk yang diformulasikan untuk menimbulkan kesan berkelip-kelip, serta memiliki tampilan yang glossy. Untuk mencetak bubuk ini, sebelumnya harus mencetakkan tintaplastisol sebagai dasar sekaligus sebagai perekat bubuk ini.

- *Foil Transfer*

Aluminium foil dalam bentuk lembaran seperti kertas. Selain warna

silver dan gold, foil juga tersedia dalam macam warna dan motif. Untuk media tempelnya foil ini membutuhkan lem khusus.

- *Flock*
Teknik sablon yang menghasilkan efek cetakan seperti beludru. Terdapat dua jenis flock, bubuk dan lembaran. Untuk lembaran membutuhkan lem khusus sebagai media perekatnya.
- *Sugar Printing*
Aplikasi sablon yang berbentuk bubuk transparan mirip gula pasir.
- *Glow in the dark*
Berbentuk serbuk yang menyerap dan memantulkan sinarnya kembali didalam ruangan gelap.
- *Reflective Powder*
Serbuk yang dapat memantulkan sinar jika terkena cahaya lampu atau sinar matahari.
- *Discharge Agent*
Adalah bahan kimia yang digunakan untuk mencabut warna dasar kain, sehingga warna bahan menjadi putih/grey. Dan untuk mendapatkan hasil yang maksimal, bahan pewarna kainnya harus dipilih dengan yang dischargeable.
- *Distressed atau Vintage*
Teknik inovasi grafik dengan membuat tekstur sehingga gambar terlihat pecah-pecah dan terlihat usang/kuno.
- *Shatter Base*
Jenis tinta untuk menciptakan kesan pecah (crack). Tinta ini diciptakan agar mudah pecah saat mengering dan untuk pengeringan membutuhkan flash curing.
- *Rock Base*
Teknik high density menggunakan tinta rock base untuk menghasilkan cetakan dengan permukaan kasar seperti batu.
- *Sublimation Transfer*
Gambar yang dicetak diatas kertas transfer, yang kemudian ditransfer ke kaos menggunakan hotpress. Sublimation transfer

umumnya terbagi dalam menjadi dua jenis, hot peel dan cold peel.

- *Hot Peel*

Gambar yang diprint diatas kertas transfer.

- *Cold Peel*

Kertas transfer yang berisi gambar jadi dengan berbagai jenis pilihan. Jenis cold peel ini jika diaplikasikan diatas kain kaos akan menghasilkan tekstur seperti tinta rubber, dan dapat diaplikasikan diatas dasar bahan terang maupun gelap. Sebab dalam pembuatannya cold peel menggunakan tinta plastisol.

- *Rhinestoner Heat Press*

Aplikasi yang digunakan untuk dekorasi dalam garmen, mempunyai beragam nama sesuai dengan bahan yang digunakan, antara lain nailheats, rhinestones dan swarovski crystals. Cara pengaplikasiaannya hanya dengan memanaskannya dengan mesin hot press pada suhu 160 derajat celcius selama 10 detik.

- *High Frequency Welding*

Proses aplikasi menggunakan mesin high frequency, seperti aplikasi plastik PVC diatas kain.

- *Emboss Print*

Aplikasi yang menggunakan mesin press tekanan tinggi untuk menciptakan hasil emboss diatas bahan.

c. Tahapan Dalam Menyablon

Untuk mendapatkan hasil cetak sablon yang sesuai dengan keinginan, maka penting untuk mengenal dan menerapkan langkah / tahapan yang benar dalam proses menyablon :

1. Tahapan Pra Cetak. Yang termasuk dalam tahapan ini adalah :

- Proses Design

Proses ini berkaitan dengan ide atau gagasan yang diwujudkan dalam suatu proses pencitraan sehingga ide / gagasan tersebut akhirnya memiliki bentuk yang konkret (biasanya disebut design /

artwork). Tujuan akhirnya untuk proses menyablon adalah agar design tersebut dapat diolah menjadi Film / Klise Sablon.

- Pembuatan Film / Klise Sablon

langkah selanjutnya adalah mengolahnya menjadi Film / Klise Sablon.

- Proses Stencil / Afdruk

Setelah memiliki Film / Klise Sablon, maka saatnya untuk memindahkan gambar / image yang tercetak di film sablon tersebut ke screen, melalui apa yang disebut proses afdruk.

- Persiapkan Meja Kerja

Hal ini sangat penting sebelum memulai proses pencetakan, sehingga saat sedang mencetak nanti tidak akan terganggu dengan kegiatan lainnya, misalnya tiba – tiba tinta yang anda gunakan habis, atau lupa untuk menyediakan tempat untuk pengeringan media yang baru dicetak, dan lain sebagainya.

2. Tahapan saat Cetak

Saat mencetak yang perlu diperhatikan adalah penggunaan teknik sapuan rakel yang benar. Karena tugas mencetak sebenarnya sangat sederhana yaitu memindahkan tinta ke media yang diinginkan melalui kain saring/screen.

Selain itu, pelajari sifat – sifat dari tinta cetak yang sedang digunakan, karena tidak setiap tinta memiliki karakteristik yang sama. Parameter yang mungkin perlu diketahui adalah : kecepatan tinta untuk mengering, biasanya ini menjadi kendala karena tinta yang mengering terlalu cepat di screen akan menghambat proses pencetakan, perlu melancarkan kembali pori – pori kain saring / screen yang telah tersumbat oleh tinta yang telah mengering tersebut, karena bila tidak maka hasil cetak tidak dapat terbentuk dengan sempurna.

3. Tahapan Pasca Cetak

Ada tiga hal yang biasanya perlu dilakukan setelah selesai

melakukan pencetakan, yaitu :

- **Proses Drying**

Setiap tinta cetak memerlukan waktu untuk mengering dengan sempurna, bahkan bila memegang tinta tersebut dan permukaannya dirasa telah mengering, belum tentu tinta tersebut telah kering dengan sempurna, oleh karena itu penting untuk mengenal karakteristik tinta cetak yang digunakan. Untuk proses ini dapat dilakukan dengan melalui proses alami (penjemuran – cukup diangin –anginkan saja) atau dengan bantuan mesin (kipas angin, blower, dsb).

- **Proses Curing**

Proses ini memerlukan alat – alat yang khusus untuk dapat mengeringkan jenis – jenis tinta tertentu. Seperti misalnya tinta jenis plastisol yang perlu melalui proses pemanasan dalam temperatur yang sangat panas (sekitar 143 – 166 °C), biasanya dengan menggunakan mesin conveyer atau flash heater. Untuk Tinta Karet/GL/Rubber, juga memerlukan proses curing, dengan menggunakan mesin hot press yang dapat diatur panas temperaturnya (sekitar 110 – 130 °C).

- **Proses Burning/Pengopenan**

Ada jenis – jenis tinta tertentu yang membutuhkan treatment seperti ini, pada dasarnya proses ini membakar/memanggang tinta tersebut sehingga mencapai titik pengeringan yang sempurna.

d. Bahan dan material

Salah satu langkah atau tahapan awal dalam pembuatan t-shirt, yang harus dipersiapkan untuk pertama kalinya salah satunya adalah menentukan jenis bahan atau kainnya terlebih dahulu. Adapun berikut ini merupakan jenis kain yang digunakan untuk t-shirt, yaitu :

1. Giget (biasa dipakai untuk membuat tshirt partai politik/kaos partai)
2. PE dan TC (banyak mengandung bahan polyester, agak panas.

Jenis bahan ini terbuat dari serat sintetis atau buatan dari hasil minyak bumi untuk dibuat bahan berupa serat fiber poly dan yang

untuk produk plastik berupa biji plastik. Karena sifat bahan dasarnya, maka jenis bahan ini tidak bisa menyerap keringat dan panas dipakainya).

3. Katun combat

- Serat benang lebih halus.
- Hasil Rajutan dan penampilan lebih rata.

4. Katun Slub

Merupakan jenis katun lembut yang permukaannya memiliki tekstur tidak merata. Tekstur ini diperoleh dari hasil proses manufaktur katun/kapas yang "dipelintir" sehingga menimbulkan ketidaksempurnaan atau benjolan-benjolan kecil di permukaannya.

Jenis bahan katun ini sampai sekarang juga masih populer dalam industri kreatif clothing sebut saja brand Coconut island, Mangosteen. Tidak sedikit brand clothing menggunakan jenis kain ini karena mereka mengambil texture dari kain tersebut, kesan yang ditampilkan ketika sudah menjadi sebuah t-shirt akan terkesan vintage atau jadul.

5. Katun Carder

- Serat benang kurang halus.
- Hasil rajutan dan penampilan bahan kurang rata.

6. Viscose

Viscose biasa juga disebut rayon. Sebuah bahan serat sintesa selulosa organik (buatan manusia) yang biasa digunakan sebagai bahan kain. Teksturnya memiliki kesamaan dengan tekstur kapas. Viscose biasanya digunakan untuk menambahkan kenyamanan pada serat sintesis dan juga menambah kecerahan warna. Serat Viscose mempunyai tahanan kelembaban yang lebih tinggi, kecemerlangan warna yang lebih baik dan lebih lembut dibanding kapas. Namun kain ini terkesan mewah, sehingga harganya mahal dan jarang tersedia di pasaran.

7. Double Nit

8. Single Nit

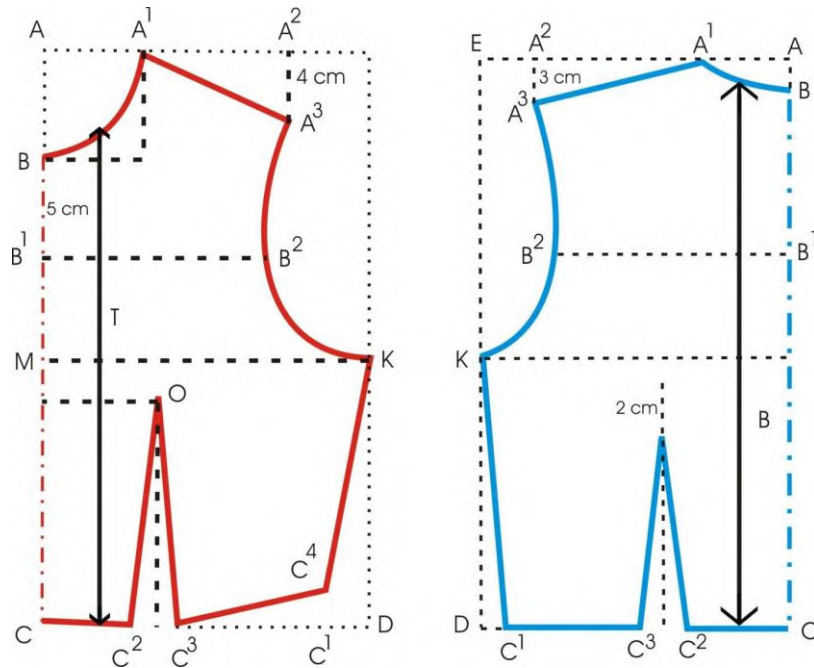
9. Lacoste (bahan yang mirip dengan polo shirt memiliki tekstur, terdiri dari katun dan PE)
10. Rib (bahan untuk kerah kaus oblong, bisa katun ataupun PE, t shirt berkerah tidak menggunakan rib, melainkan kain tshirt yang juga dibentuk menjadi kerah)

e. Ukuran



Gambar 2.6 Ukuran pola t shirt laki – laki dan perempuan
(Sumber : topkaosbandung.com)

f. Pola/Potongan Bahan



Gambar 2.7 Pola/Potongan bahan
(Sumber : topkaosbandung.com)

2.2.2 Model

Terdapat berbagai macam model kaos yang selama ini dikenal, diantaranya : Kaos Oblong, Kaos Raglan dan Kaos Kerah/Wangky (Polo Shirt). Berdasarkan model lubang leher, kaos juga dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu: *crew-Neck*, *V-Neck*, *U-Neck*, *Y-Neck* dan *Turtleneck*.

Jenis paling populer dan umum adalah jenis kaos oblong dengan lubang leher O-Neck sedangkan khusus untuk pasar kaos Indonesia kaos yang paling jarang adalah jenis Turtleneck. Namun tak sedikit juga masyarakat yang menyukai jenis-jenis kaos tertentu. Berikut deskripsikan secara singkat tentang macam-macam jenis *T-Shirt* :

1. Kaos Oblong (T-Shirt)

T-Shirt pada awalnya hanya merupakan pakaian dalam yang digunakan oleh militer Inggris dan Amerika pada awal abad ke-19. Pada awal kaos oblong ini hanya digunakan ketika udara panas atau

latihan-latihan (Training) militer.karena digunakan untuk latihan (Training) dan bentuknya yang menyerupai huruf “T” maka pakaian ini lebih dikenal dengan nama “*T-Shirt*”.

a. T-Shirt O-Neck/crew Neck

Hampir semua orang, baik itu laki – laki maupun perempuan atau tua-muda, memiliki kaos jenis ini.Kaos dengan lubang leher *O-Neck* memang jenis kaos yang standar. Disebut O-Neck karena bentuk lubang lehernya yang menyerupai huruf “O”.



Gambar 2.8 Kaos model O-neck / crew neck
(Sumber : <https://kaosmurahbandung.com>)

b. T-Shirt V-Neck

Kaos jenis ini disebut Kaos V-Neck karena Lubang lehernya menyerupai huruf “V”. Bentuk V ini terbentuk dari dua garis ribs yang bertemu di sekitar dada atas. Sudut pertemuan kedua ujung ribs itu bervariasi tergantung selera designer yang tentunya mengikuti permintaan pasar.



Gambar 2.9 Kaos model V-neck
(Sumber : <https://kaosmurahbandung.com>)

c. T-Shirt U-Neck

Lubang leher Kaos U-Neck bisa dikatakan perpaduan antara O-Neck dan V-Neck.



Gambar 2.10 Kaos model U-neck
(Sumber : <https://kaosmurahbandung.com>)

Lubang leher seperti ini tidak bisa dikatakan sebagai O-Neck karena tidak bulat dan juga bukan V-Neck karena tidak ada sudut yang membentuk huruf V.

d. T-Shirt Y-Neck

Kaos dengan lubang leher Kaos Y-Neck mirip dengan kaos *V-Neck*, namun ditambah belahan kebawah sampai dada dengan dilengkapi

kancing seperti pada kaos *kerah/wangky (polo shirt)*. Jumlah kancingnya bisa disesuaikan selera yang diinginkan.



Gambar 2.11 Kaos model Y-neck
(Sumber : <https://kaosmurahbandung.com>)

e. T-Shirt Turtleneck

Kaos leher kura-kura. Kaos jenis ini diberi nama kura-kura karena memang lubang lehernya yang panjang menyerupai leher kura-kura. Pada dasarnya kaos turtleneck sama dengan kaos O-Neck, yang membedakan diantara keduanya adalah panjang dari ribs (bahan pinggiran lubang leher). Kaos Turtleneck mempunyai ribs yang lebih panjang.



Gambar 2.12 Kaos model Turtleneck
(Sumber : (Sumber : <https://kaosmurahbandung.com>))

2. Kaos Raglan

Kaos Raglan memiliki pola yang berbeda dengan pola kaos konvensional (oblong) terutama pada sambungan tangan. Jika Kaos Konvensional sambungan tangannya tegak lurus/diagonal dari ketiak ke pundak luar, maka jenis kaos raglan memiliki sambungan miring dari ketiak langsung ke lubang leher sehingga memiliki pola tangan yang lebih besar dari kaos konvensional. Pada kaos raglan biasanya warna badan berbeda dengan warna lengan. Pemberian nama dari model raglan tidak berbeda dengan pemberian nama pada kaos oblong konvensional, yaitu diambil dari bentuk lubang leher.

a. Kaos Raglan O-Neck



Gambar 2.13 Kaos model Raglan O-neck
(Sumber : <https://kaosmurahbandung.com>)

b. Kaos Raglan V-Neck



Gambar 2.14 Kaos model Raglan V-neck
(Sumber : <https://kaosmurahbandung.com>)

3. Kaos Kerah/Wangky (Polo Shirt)

Kaos Kerah/Wangky (Polo Shirt) adalah kaos yang memiliki kerah

dibagian lubang lehernya. Kaos jenis ini biasa menggunakan kain jenis lacoste namun tetap bisa menggunakan bahan kaos yang lain.



Gambar 2.15 Kaos model polo shirt
(Sumber : <https://kaosmurahbandung.com>)

4. Kaos Tank Top/Singlets

Tank Top merupakan pakaian yang tanpa tangan atau disebut sleeveless shirt kaos tanpa tangan atau kadang juga disebut lekbong. Dominan digunakan oleh atlit olahraga, bersantai seperti di pantai, dll



Gambar 2.16 Kaos model Beach Tank Top
(Sumber : <https://www.quiksilver.com.ph>)

Setelah mengetahui jenis-jenis model kaos, hal yang tak kalah penting untuk diketahui adalah bahan kain yang akan digunakan untuk membuat kaos. Bahan kain untuk membuat kaos yaitu Katun Kombet (cotton Combed), Katun Kardet (Cotton Carded), Tri-Blends, Cotton Slub, Cotton Bambu dan lain-lain. *Lacoste* biasa digunakan untuk membuat Kaos Kerah/Wangky, sedangkan bahan kain yang lainnya bisa digunakan untuk kaos jenis apapun. Masih banyak lagi jenis kaos yang ada dipasaran, namun pada umumnya jenis kaos diatas paling populer dan cukup laris penjualannya. Kaos yang paling dominan di miliki orang adalah kaos dengan jenis oblong atau o-neck.

2.2.3 **Clothing Company**

Clothing Company adalah istilah yang digunakan untuk perusahaan yang memproduksi pakaian jadi dibawah brand sendiri. Awalnya barang yang diproduksi berupa kaos, tapi seiring perkembangan kebutuhan dan permintaan customer, produknya pun meluas hingga ke celana, dompet, tas dan aksesoris lainnya. Istilah clothing lokal sendiri dimulai dengan berdirinya 347 Boardrider.co pada tahun 1996 (sekarang 347/eat)

2.2.4 **Ilustrasi**

Ilustrasi adalah sebuah gambar yang dikerjakan khusus untuk menyertakan teks tercetak, seperti pada buku dan iklan agar dapat memperkuat arti atau menambah efek dari suatu kalimat. Corak dan bentuk ilustrasi terbagi menjadi 5 macam, yaitu :²¹

1. **Corak ilustrasi realis** yaitu corak ilustrasi yang menggambarkan secara nyata wujud obyek yang ditangkap oleh indra pengelihatannya serta menggambarkan secara nyata cerita isi suatu naskah yang disertainya.
2. **Corak ilustrasi dekoratif** yaitu ilustrasi yang bentuk-bentuk visualnya terletak pada permainan unsur garis, bidang, warna dan komposisi yang dalam hasil keseluruhannya tetap bersifat datar (*flat*).

²¹ Tanudjaja, Bing Bedjo. Bentuk-bentuk Kartunal sebagai Medium Penyampaian Pesan dalam Iklan, Jurnal Nirmana Vol.4, No.2, Juli 2002 : 169-178. Universitas Kristen Petra ISSN 0125-0905

3. **Corak ilustrasi kartunal** adalah ilustrasi yang menggunakan bentuk-bentuk jenaka atau bentuk-bentuk realis yang mengalami perubahan atau distorsi.
4. **Corak ilustrasi ekspresionistis** yaitu jenis ilustrasi yang mengutamakan kebebasan berekspresi dalam membuat karya ilustrasi dari sifat bebas tersebut menimbulkan obyek-obyek yang bebas pula.
5. **Corak ilustrasi surealistis** yaitu corak ilustrasi yang menggambarkan khayalan atau mimpi, tidak jelas batas antara kenyataan dengan angan-angan.
6. **Corak ilustrasi absurd** yaitu corak ilustrasi yang menggambarkan wujud-wujud yang tidak masuk akal atau aneh untuk kepentingan naskah yang disertainya.

Kelebihan ilustrasi jika dibandingkan dengan yang lainnya seperti fotografi yaitu ilustrasi pada umumnya lebih membawa emosi dan dapat bercerita banyak dibandingkan dengan fotografi, hal ini dikarenakan sifat ilustrasi yang lebih hidup, sedangkan sifat fotografi hanya berusaha untuk merekam momen sesaat.²²

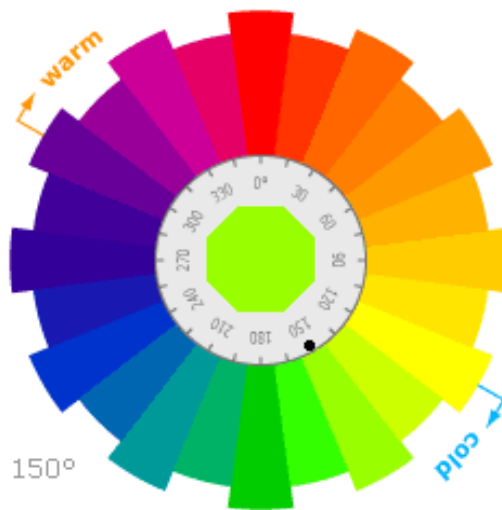
2.2.5 Warna

Warna memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perancangan sebuah produk. Hampir semua orang selalu mempertimbangkan untuk memilih warna yang disukanya. Oleh sebab itu landasan teori tentang warna bisa dijadikan acuan dalam perancangan souvenir kaos Pulau Bawean.

1. Identifikasi Warna dengan Indra

Dalam buku *Design Basic* dijelaskan bahwa warna memiliki sifat yaitu warna hangat dan warna dingin.

²² Cenadi, Christine Suharto. Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual. Jurnal Nirmana Vol. 1. No.1. Januari 1999 : 1-11 Universitas Kristen Petra.



Gambar 2.17 Warna hangat dan warna dingin
(Sumber : <http://www.google.com/imgres?imgurl>)

Pada umumnya rasa dingin dan hangat dapat diketahui dengan indra sentuhan, akan tetapi pada warna sifat hangat dan dingin dapat diketahui melalui indra penglihatan. Sifat warna ini dipengaruhi oleh hubungan antara warna dan obyek, misalnya merah termasuk dalam warna hangat karena selama ini merah identik dengan api yang juga memiliki sifat panas.²³

Selain itu warna juga berpengaruh terhadap psikologis dan emosional, misalnya menyentuh warna merah tidak akan menimbulkan rasa terbakar akan tetapi akan memberikan efek kehangatan. Begitu juga dengan sifat warna-warna yang lainnya

2. Warna untuk Pakaian

Warna untuk pakaian harus diatur seimbang dengan pembagian badan pemakainya. Kesan warna untuk pakaian akan baik dan menyenangkan bila warna cocok bagi orang yang memakainya, cocok suasana dan cocok situasinya. Beberapa faktor yang mempengaruhi warna agar sempurna dalam penampilan adalah :

²³David, Pentak, *Design Basics*. Amerika: Wadsworth, 2005: h.250

1. Efek cahaya
2. Tekstur
3. Umur pemakai
4. Kepribadian pemakai
5. Wajah pemakai

2.3 **Tipografi**

Tipografi merupakan hal yang penting bagi sebuah brand clothing, karena tipografi mempunyai kemampuan yang baik dalam memberikan informasi mengenai cara dibanding slogan biasa. Sekarang ini banyak simbol-simbol abstrak dan tanda yang bahkan lebih sulit untuk diingat jika dilihat berdasarkan bentuk visualnya. Namun dengan adanya tipografi, keterbacaan dan tingkat komunikasi yang tinggi, sangat mempengaruhi bagaimana masyarakat melihat citra dari suatu brand. Tipografi yang mudah dikenal masyarakat adalah tipografi yang terlihat sangat bersih, jelas, profesional dan klasik. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih tipografi untuk kepentingan souvenir kaos adalah :

- 1) Dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan mencerminkan positioning suatu perusahaan.
- 2) Mencakup berbagai macam kebutuhan aplikasi
- 3) Dapat digunakan dalam berbagai ukuran.
- 4) Mempunyai diferensiasi.
- 5) Mencerminkan budaya dan keunikan objek tersebut
- 6) Memiliki kepribadian.
- 7) Bisa dibaca dengan mudah.
- 8) Berkelanjutan dan konsisten.
- 9) Apabila menggunakan font dekoratif, tingkat keunikan dan keterbacaan tetap harus diperhatikan

Memilih dan menggunakan font yang tepat memerlukan pengetahuan dasar tentang luasnya pilihan dan pemahaman inti seberapa efektif fungsi tipografi pada sebuah desain souvenir, karena pemilihan tipografi yang cerdas dapat mendukung hirarki sebuah informasi.



Gambar 2.18 Tipografi pada souvenir kaos di luar negeri
(Sumber : google.com)

2.4 Souvenir

Souvenir adalah barang-barang kerajinan tangan (*handy crafts*), yang merupakan hasil kreativitas para pengrajin yang mampu merubah benda-benda yang terbuang dan tidak berharga menjadi produk-produk kraft tangan yang menarik dan diminati banyak orang, terutama para wisatawan. Dalam kamus Webster English Dictionary (2004), kata souvenir diartikan sebagai, benda yang dibawa pulang oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan bagi perjalanannya itu). Dalam Bahasa Indonesia “souvenir” sering disebut dengan “cendera mata”, “oleh-oleh”, atau “buah tangan”.

Dengan demikian, “souvenir” berhubungan erat dengan kegiatan “perjalanan” seseorang, maka tidak mengherankan jika istilah souvenir melekat dengan kegiatan pariwisata; bahkan menjadi bagian dari produk wisata. Hal ini karena ada pengaruh “souvenir” terhadap motivasi perjalanan seseorang ke suatu daerah tujuan wisata. Sebagai contoh, suatu hari seseorang memakai T-Shirt dengan salah satu logo, seperti : “Thailand”, “Bangkok”, “Singapore”, “Danau Toba” atau “Sabang”. Beberapa minggu kemudian muncul orang lain dengan hal yang sama, misalnya dengan T-shirt berlogo “Sabang”. Kejadian di atas, tentu ada hubungan pengaruh “sebab dan akibat” antara kejadian yang pertama dengan yang berikutnya. Oleh karena itu, ada anggapan bahwa souvenir dapat menjadi bagian dari aktivitas promosi pariwisata suatu daerah.

Sebenarnya, hal yang paling penting dalam kaitannya dengan souvenir adalah terbukanya mata pencaharian bagi masyarakat. Makin besar volume penjualan souvenir, maka semakin besar pula *income* yang diperoleh oleh masyarakat. Hal ini karena aktivitas souvenir lebih banyak menyentuh rakyat kecil dibandingkan dengan pengusaha besar, selama pengusaha besar tidak menguasai usaha-usaha kecil itu.

Adapun beberapa kategori tiap jenis souvenir sangatlah beragam, ada yang berubah garment, apparel, print ad, dan juga gift. Dan dispesifikaikan berdasarkan jenis bahan tiap kategorinya yang diantaranya sebagai berikut :

- Garment : jenis souvenir yang menggunakan material dasar berupa kain, contoh : kaos, topi, polo shirt, kemeja, kaos kaki, dll.
- Apparel : jenis souvenir yang tidak menggunakan bahan dasar kain, contoh : tas, sepatu, sandal, sabuk, dompet, dll
- Print Ad : produk souvenir dengan proses cetak, contoh : poster, stiker, buku, dll
- Gift : untuk jenis produk berdasarkan gift diantaranya berupa mug, figure, stationary set, dll.

enam wisata lingkungan daratan, empat wisata bahari, dan enam wisata pantai²⁵.

Pulau Bawean sabagai salah satu tujuan destinasi ekowisata utama di Jawa Timur memiliki keunggulan pada keanekaragaman hayati wisata bahari khususnya taman terumbu karang dan penangkaran penyu. Selain itu Bawean menjadi tempat hewan endemik Rusa Bawean (*Axis kuhlii*) yang hanya ada dan berkembang di Pulau Bawean. Keanekaragaman spesies terumbu karang menjadi sumber ilmu pengetahuan bahari yang tinggi bagi masyarakat. Pulau Bawean yang dikelola UPTD Pariwisata Pulau Bawean telah menjadi cagar alam aset Jawa Timur. Hal ini dapat menjadi daya tarik utama yang mencerminkan nilai jual sekaligus keunggulan Ekowisata Pulau Bawean.



Pengelolaan seluruh kegiatan pariwisata Pulau Bawean ini berada di bawah tanggung jawab UPT Pariwisata Pulau Bawean selaku pengelola teknis. UPT Pariwisata Pulau Bawean ditugaskan mengelola objek pariwisata milik Pemkab. Juga tujuan dibentuk UPT agar pengelolaan destinasi ekowisata Pulau Bawean menjadi fokus. Visi dari UPT pariwisata Bawean yaitu menjadi destinasi andalan Provinsi Jawa Timur yang sustainable dan mensejahterahkan masyarakat Jawa Timur khususnya Pulau Bawean. Sedangkan misi UPT pariwisata Bawean selaku stakeholder yang mengelola Pulau Bawean diantaranya :

1. Masyarakat harus diikut sertakan dan harus merasakan manfaat langsung dari pariwisata
2. Membuat perencanaan jangka panjang yang mengarah ke *ecotourism* dan *sustainable* untuk destinasi wisata Pulau Bawean
3. Membuat kerjasama yang berkelanjutan antara pemerintah, investor, akademisi, dan masyarakat untuk pengembangan destinasi wisata Bawean²⁶.

²⁵Sumber : Statistik UPT Pariwisata Pulau Bawean

²⁶ hasil wawancara dengan Kepala UPT pariwisata Pulau Bawean Imran Rasyidi, S.Sos, Pada Senin 26 Oktober 2015

2.5.2 Souvenir Kaos Pulau Bawean




No.	Parameter	<i>Souvenir Bawean CIB</i>	Toghellen Store
1.	Desain : meliputi grafis, warna	 <p>Desain dibuat khusus untuk couple, namun penggarapannya tidak melihat prinsip dasar desain komunikasi visual sehingga terkesan berantakan dan asal – asalan dalam membuat desain kaos. Penggunaan tipografi dan jenis font dilayout dengan tidak memiliki ekстетika, font nya di streaching. Keseluruhan visual yang</p>	 <p>Desain dibuat dengan menggunakan gaya ilustrasi. Namun tidak memperhatikan aspek prinsip desain berupa kontras dan proporsi. Ilustrasi sengaja di stretch dan dipaksakan masuk ke dalam space kaos. Ilustrasi yang disajikan juga tidak menarik. dan kurang menunjukkan identitas dari Pulau Bawean itu sendiri</p>

		ditampilkan tidak cocok untuk ditawarkan ke wisatawan. Aspek penggunaan warnanya pun tidak diperhatikan sehingga kontrasnya menjadi buruk dan tingkat keterbacaan menjadi berkurang, dan kurang menunjukkan identitas dari Pulau Bawean itu sendiri	
2.	Varian Produk	Varian yang ditawarkan hanya terdapat 1 model kaos, yaitu kaos oblong dengan varian kaos lengan panjang dan pendek	Varian yang ditawarkan hanya terdapat 1 model kaos, yaitu kaos oblong, hanya memiliki 1 varian kaos oblong, yaitu lengan pendek
3.	Garment / Bahan	Menggunakan bahan kain jenis katun combat, kelebihan dari jenis kain ini diantaranya adalah lebih halus permukaannya, kain lebih dingin, serat/tekstur kain sedikit lebar, mempermudah cat sablon untuk menyerap kekain	Menggunakan bahan kain sejenis PE/TC, harga kainnya sangat murah, lebih kaku dan juga panas
4.	Jenis Sablon	Teknik sablon yang biasa digunakan yaitu sablon separasi high density dengan jenis cat plastisol da juga karet	Menggunakan teknik sablon separasi ruster, dengan jenis cat pasta/karet
5.	Ukuran	Menyediakan jenis ukuran : S, M, L	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan jenis ukuran : S, M, L, XL • Juga terdapat ukuran all size bahkan unisex
6.	Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Tshirt Rp 50.000 – Rp 80.000 • Longshirt : Rp 80.000 	<ul style="list-style-type: none"> • Tshirt Rp 50.000 – Rp 100.000

Dari studi eksisting tersebut penulis menggunakannya sebagai data pembandingan mengenai desain souvenir kaos sejenis yang juga menjelaskan

kelebihan dan kelemahan dari masing – masing kaos tersebut. Sehingga penulis dapat mengetahui souvenir kaos sejenis yang sudah ada dan beredar di masyarakat dengan mengelolah kelebihan dan kekurangan dari souvenir kaos tersebut. Kedua souvenir kaos ini dirasa masih kurang baik dalam menyampaikan karakteristik dan keunikan Pulau Bawean baik dalam segi visual maupun bahan atau material, dan lainnya. Bahan yang digunakan pada kedua toko ini juga memiliki material yang kurang baik sehingga tidak nyaman dikenakan. Seharusnya souvenir yang baik harus mementingkan keinginan dan kebutuhan wisatawannya sehingga apa yang dikeluarkan oleh wisatawan sesuai dan pantas dengan apa yang mereka dapatkan.

2.6 Studi Kompetitor

No.	Parameter	Souvenir Kaos Sumatra Utara	Souvenir Kaos Raja Ampat
1.	Desain : meliputi grafis, warna		 

		 <p>Desain dibuat dengan menggunakan pendekatan visual berupa ilustrasi yang disederhanakan. Visual yang ditampilkan menarik dan menampilkan ciri khas / keunikan dari objek ekowisata itu sendiri, karna mengangkat konten terkait Sumatra Utara. Warna yang digunakan juga kontras dengan background kaos, walaupun bahan dan model kaos terbatas tidak memiliki variasi</p>	<p>Desain dibuat dengan menggunakan pendekatan visual berupa ilustrasi yang disederhanakan. Visual yang ditampilkan menarik dan menampilkan ciri khas / keunikan dari objek ekowisata itu sendiri, karna mengangkat konten terkait Raja Ampat. Namun pemilihan arna yang digunakan tidak begitu kontras dengan background kaos, walaupun bahan dan model kaos terbatas tidak memiliki variasi</p>
2.	Varian Produk	Varian yang ditawarkan hanya terdapat 1 model kaos, yaitu kaos oblong dengan varian kaos lengan pendek	Varian yang ditawarkan hanya terdapat 1 model kaos, yaitu kaos oblong, hanya memiliki 1 varian kaos oblong, yaitu lengan pendek
3.	Garment / Bahan	Menggunakan bahan kain jenis katun combat, kelebihan dari jenis kain ini diantaranya adalah lebih halus permukaannya, kain lebih dingin, serat/tekstur kain sedikit lebar, mempermudah cat sablon untuk	Menggunakan bahan kain jenis katun combat, kelebihan dari jenis kain ini diantaranya adalah lebih halus permukaannya, kain lebih dingin, serat/tekstur kain sedikit lebar, mempermudah cat sablon untuk

		menyerap kekain	untuk menyerap kekain
4.	Jenis Sablon	Teknik sablon yang biasa digunakan yaitu sablon separasi high density dengan jenis cat plastisol da juga karet	Menggunakan teknik sablon separasi ruster, dengan jenis cat pasta/karet
5.	Ukuran	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan jenis ukuran : S, M, L, XL • Juga terdapat ukuran all size bahkan unisex 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan jenis ukuran : S, M, L, XL • Juga terdapat ukuran all size bahkan unisex
6.	Harga	• Tshirt Rp 70.000 – Rp 100.000	• Tshirt Rp 70.000 – Rp 100.000

Dari studi kompetitor penulis melihat adanya beberapa destinasi ekowisata yang telah mengoptimalkan pariwisatanya khususya untuk desain souvenir. Dari kompetitor destinasi ekowisata Sumatra Utara dan Raja Ampat ini penulis menggunakan sebagai studi pembandingan souvenir di Indonesia yang diharapkan nantinya souvenir kaos Pulau Bawean mampu lebih baik dari segala aspek, baik desain, maupun yang lainnya. Penulis melalukan studi visual berupa ilustrasi yang digunakan pada desain souvenir kaos diatas, yaitu dengan menggunakan ilustrasi yang mudah ditangkap oleh audience maksudnya, dan desain yang simple yang juga mengikuti tren fashion kaos.

2.7 Studi Komparator

Gambar	Parameter dan Komparator
	<p>Desain : meliputi grafis, warna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desain dibuat dengan mementingkan prinsip desain, seperti warna, proporsi, harmoni, dll. • Dengan gaya yang simple namun mampu mengkomunikasikan pesan



dengan baik.

- Warna yang digunakan juga kontras dan menarik
- Tersedia dengan berbagai desain yang variatif
- Menunjukkan keunikan dan keunggulan dari objek wisatanya

Varian Produk :

- Berbagai jenis merchandise yang dijual sangat beragam dan menarik
- Secara fungsional, merchandise negara lain sangatlah bermanfaat dan menambah rasa percaya diri apabila dikenakan.
- Model dari kaos yang ditawarkan juga beragam sesuai dengan kebutuhan target user-nya (Tshirt, Polo shirt, O-neck, dll)

Garment / Bahan :

- Menggunakan bahan kaos terbaik, *bamboo cotton*
- Beberapa didesain untuk material Lacoste (Polo shirt)

Ukuran :

Untuk size lebih variatif, bahkan untuk jenis pakaian cowok dan cewek dibedakan. Karena souvenir ini merupakan souvenir resmi (asli), untuk masalah harga memang relatif,

	<p>untuk polo shirt dipatok harga Rp 95.000 – Rp 250.000, sedangkan untuk tshirt itu sendiri Rp 85.000</p>
---	--

Sangat banyak sekali studi yang nantinya akan menjadi acuan bagi Pulau Bawean, beberapa diantaranya adalah beberapa apparel dari destinasi wisata negara lain, seperti New York, Kuala Lumpur, ataupun Australia, dan lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari sukses nya bisnis souvenir dan keuntungan souvenir bagi negaranya. Dan dibawah ini merupakan beberapa souvenir kaos yang dijadikan sebagai studi komparator. Dan dari desain – desain souvenir kaos dibawah ini penulis menggunakannya sebagai studi acuan terhadap aspek ekстетika, material atau bahan, dan modelnya

2.7.1 Studi Komparator dengan National geographic

Dalam perkembangannya, desain kaos souvenir Pulau Bawean yang nantinya dirancang juga harus mampu di komparasikan dengan beberapa *merchandise* kaos ternama. Penulis mengambil komparator dari merchandise National Geographic. Dan dari desain – desain souvenir kaos dibawah ini penulis menggunakannya sebagai studi acuan terhadap aspek ekстетika, material atau bahan, dan modelnya

Gambar	Parameter dan Komparator
	<p>Desain : meliputi grafis, warna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desain dibuat dengan mementingkan prinsip desain, seperti warna, proporsi, harmoni, dll. • Visual yang ditampilkan menarik karena gambar nya bercerita / knowledge • Menunjukkan keunikan dan keunggulan dari objek wisatanya • Sudah memiliki identitas visual yang sangat konseisten, sehingga dalam series apapun akan mudah diketahui bahwa kaos tersebut milik NatGeo <p>Varian Produk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berbagai jenis merchandise yang dijual sangat beragam dan menarik • Secara fungsional, merchandise ini sangatlah bermanfaat dan menambah rasa percaya diri apabila dikenakan. • Model dari kaos yang ditawarkan juga beragam sesuai dengan kebutuhan target user-nya (Tshirt, Polo shirt, O-neck, dll) <p>Garment / Bahan :</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan bahan kaos terbaik, <i>cattoon combad 30s</i> • Beberapa didesain untuk material Lacoste (Polo shirt) <p>Ukuran :</p> <p>Untuk size lebih variatif, bahkan untuk jenis pakaian cowok dan cewek dibedakan.</p>
---	---

2.7.2 Studi Komparator dengan Brand Rip Curl

Dalam perkembangannya, desain kaos yang nantinya dirancang juga harus mampu di komparasikan dengan beberapa *brand clothing* kaos ternama. Penulis mengambil komparator dari brand Ripcurl. Dan dari desain – desain souvenir kaos dibawah ini penulis menggunakannya sebagai studi acuan terhadap aspek estetika, material atau bahan, dan modelnya

- Profil Rip Curl :

Rip Curl adalah produsen utama dan pengecer peralatan olahraga berselancar (juga dikenal sebagai *boardwear*) asal Australia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1969 oleh Doug Warbrick dan Brian Singer di Torquay, Victoria, Australia. Awalnya perusahaan ini hanya memproduksi papan selancar. Pada tahun 1970, mereka memutuskan untuk memulai produksi pakaian selam, dengan penekanan pada transformasi teknologi menyelam ke dalam *wetsuit* yang cocok untuk berselancar. Rip Curl telah menjadi salah satu merek *boardwear* terbesar di Australia, Eropa dan Amerika Selatan dan juga aktif di Amerika Utara dan Afrika Selatan.

Nama "Rip Curl" terinspirasi dari *vee-bottom* dari *surfboard* Warbrick yang dia beli pada tahun 1968. Dia menulis "Rip Curl Hot Dog" tanpa bermaksud memberi makna apapun. Kemudian, Warbrick mengakui bahwa menurutnya berselancar membuatnya sangat senang.

Gambar	Parameter dan Komparator
 <p>The image displays three different t-shirt designs. The top t-shirt is light blue and features a graphic with the word 'PORTUGAL' and a landscape scene. The middle t-shirt is white and has the text 'RIP CRL' in a stylized font. The bottom t-shirt is dark blue and features a large, colorful graphic of an eye or a face.</p>	<p>Desain : meliputi grafis, warna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elemen Grafisnya berupa ilustrasi dan foto. 90% bertema pantai dan surf. Dengan gaya gambar yang full edit • Tersedia dengan berbagai desain yang variatif • Menunjukkan identitas dari brand yang menarik • Desain dari kaos yang ditawarkan terbatas sehingga teresan eksklusif <p>Varian Produk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spesialis jenis kaos o-neck dan kaos tanpa lengan <p>Garment / Bahan :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan bahan kaos terbaik, , Bamboo cotton, <i>Cotton Slub</i> <p>Ukuran : Untuk size lebih variatif, bahkan untuk jenis pakaian cowok dan cewek dibedakan.</p>

“Halaman ini Sengaja Dikosongkan”

BAB III

METODE RISET DAN DESAIN

3.1 Definisi Judul dan Sub Judul

Perancangan media t shirt souvenir Pulau Bawean merupakan salah satu upaya merancang sebuah strategi pemasaran dari sebuah brand destinasi ekowisata Pulau Bawean dengan media berupa t shirt yang nantinya akan dikemas lebih secara eksklusif dan tidak terlepas dari nilai – nilai estetika sebuah karya seni desain yaitu t shirt. Dan tidak lupa pula penggunaan label atau brand original yang nantinya merupakan suatu bentuk legalitas yang dimiliki oleh Pulau Bawean dari aspek bisnis yaitu merchandise.

3.1.1 Souvenir/Cendera Mata/Merchandise

Cendera mata adalah sesuatu yang dibawa oleh seorang wisatawan ke rumahnya untuk kenangan yang terkait dengan benda itu. Dalam bahasa Indonesia, istilah ini kadang disinonimkan dengan oleh-oleh, suvenir, tanda mata, atau kenang-kenangan.

Cendera mata bisa berupa pakaian seperti kaos atau topi, dan peralatan rumah tangga seperti cangkir atau mangkok, asbak, sendok, jam pasir, maupun buku tulis. Benda-benda tersebut bisa ditulisi untuk menandai asalnya. Wisatawan bisa pula membeli cendera mata sebagai kenang-kenangan bagi orang lain.

3.1.2 Definisi T shirt/kaos

Kaos oblong atau disebut juga sebagai *T-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaos oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaos oblong berlengan pendek (melewati bahu hingga sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaos adalah katun atau poliester (atau gabungan keduanya).

Mode kaos meliputi mode untuk wanita dan pria, dan dapat dipakai semua golongan usia, termasuk bayi, remaja, ataupun orang dewasa. Kaos

pada mulanya digunakan sebagai pakaian dalam. Sekarang kaos tidak lagi hanya digunakan sebagai pakaian dalam tetapi juga sebagai pakaian sehari-hari.

3.1.3 Definisi Objek Ekowisata Pulau Bawean

Ekowisata atau *ecotourism* merupakan salah satu kegiatan pariwisata yang berwawasan lingkungan dengan mengutamakan aspek konservasi alam, aspek pemberdayaan sosial budaya ekonomi masyarakat lokal serta aspek pembelajaran dan pendidikan²⁷.

Kegiatan ekowisata di Indonesia diatur Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 33 Tahun 2009. Secara umum objek kegiatan ekowisata tidak jauh berbeda dari kegiatan wisata alam biasa, namun memiliki nilai-nilai moral dan tanggung jawab yang tinggi terhadap objek wisatanya.

1 Wisata pemandangan :

- Objek-objek alam (pantai, air terjun, terumbu karang)
- Flora (hutan, tumbuhan langka, tumbuhan obat-obatan)
- Fauna (hewan langka dan endemik)
- Perkebunan (teh, kopi)

2 Wisata petualangan :

- Kegiatan alam bebas (lintas alam, berselancar)
- Ekstrem (mendaki gunung, paralayang)
- Berburu (babi hutan)

3 Wisata kebudayaan dan sejarah :

- Suku terasing (orang Rimba, orang Kanekes)
- Kerajinan tangan (batik, ukiran)
- Peninggalan bersejarah (candi, batu bertulis, benteng kolonial)

4 Wisata penelitian :

- Pendataan spesies (serangga, mamalia dan seterusnya)
- Pendataan kerusakan alam (lahan gundul, pencemaran tanah)

²⁷ Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Ekowisata>

- Konservasi (reboisasi, lokalisasi pencemaran)
- 5 Wisata sosial, konservasi dan pendidikan :
- Pembangunan fasilitas umum di dekat objek ekowisata (pembuatan sarana komunikasi, kesehatan)
 - Reboisasi lahan-lahan gundul dan pengembang biakan hewan langka
 - Pendidikan dan pengembangan sumber daya masyarakat di dekat objek ekowisata (pendidikan bahasa asing, sikap)²⁸

UPT Pariwisata adalah salah satu Unit Pelaksana Teknis di bawah Dinas Pariwisata Kabupaten Gresik. Objek Ekowisata Pulau Bawean merupakan kawasan pelestarian alam dengan tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi serta memiliki keanekaragaman tradisi dan budaya yang masih alami. UPT Pariwisata Pulau Bawean telah membentuk POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) sebagai penanggung jawab dan pengelola lapangan dari objek wisata di Pulau Bawean.

Judul “Perancangan desain kaos tematik sebagai souvenir unggulan Objek Ekowisata Pulau Bawean” bermakna merancang sebuah desain kaos tematik yang mencakup perancangan label/brand, dan model/prototype untuk 5 konten tema dengan keseluruhan 50 desain kaos tematik Objek Ekowisata Pulau Bawean. Dengan tujuan agar Bawean memiliki souvenir yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan sehingga mampu mengenalkan brandnya sebagai objek ekowisata lingkungan berbasis konservasi dan mengedukasi wisatawannya dan dapat bersaing dengan objek ekowisata lain.

3.2 Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuesioner, observasi, wawancara, dokumentasi, studi eksisting dan kepustakaan untuk menguatkan teori dan hipotesa awal. Pendekatan kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data terkait dengan minat masyarakat terhadap pariwisata dan souvenir. Kuesioner

²⁸Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Ekowisata>

disebar kepada 100 responden acak untuk mendapatkan data langsung yang nantinya akan digunakan sebagai acuan perancangan desain kaos. Pendekatan wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi - informasi yang akurat langsung kepada narasumbernya. Penelitian ini dibatasi oleh waktu dan aktifitas, sehingga mengharuskan peneliti mengumpulkan informasi yang detail dengan menggunakan beragam prosedur pengumpulan data selama periode waktu tertentu. Pendekatan studi kompetitor dilakukan untuk memperdalam kajian terhadap objek penelitian dan membandingkannya dengan penelitian - penelitian terdahulu dengan topik yang serupa. Studi komparator juga dilakukan untuk mendapatkan acuan atau referensi berupa desain souvenir kaos ekowisata dari negara lain untuk menentukan nilai estetika. Sedangkan pendekatan kepustakaan dilakukan untuk menunjang penelitian secara teoritis. Pendekatan dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan bukti berupa foto, arsip, gambar tentang suasana Pulau Bawean.

Penelitian ini juga dilakukan melalui beberapa tahap riset, diantaranya tahap pengumpulan data (wawancara mendalam, kuesioner, studi literatur, observasi, dan dokumentasi). Selanjutnya dilakukan tahap identifikasi masalah, hasil analisis permasalahan muncul dari hasil kesimpulan kuesioner dan wawancara mendalam yang dilakukan kepada stakeholder, Kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean selaku pengelola kegiatan ekowisata di Pulau Bawean. Hasil wawancara mendalam dianalisis lebih lanjut sehingga memunculkan beberapa identifikasi permasalahan yang hasilnya disimpulkan untuk pelaksanaan perancangan ini. Kemudian dilakukan tahap analisis permasalahan, merupakan proses analisa terhadap permasalahan yang timbul selanjutnya dapat menentukan solusi desain terbaik dalam perancangan desain souvenir kaostematik Objek Ekowisata Pulau Bawean. Dalam tahap ini juga dilakukan studi kompetitor sebagai pembanding dan studi komparator sebagai acuan dalam merancang estetika identitas visual nantinya. Terakhir dilakukan tahap pengambilan keputusan dimana pada dalam langkah ini segala proses desain yang diambil untuk kepentingan perancangan akan diputuskan untuk menghasilkan solusi desain yang paling tepat sehingga dapat menyelesaikan permasalahan yang ada.

3.2.1 Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi, dalam istilah penelitian merupakan obyek atau subyek yang ada di suatu tempat yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada perancangan desain kaos tematik sebagai souvenir unggulan Objek Ekowisata Pulau Bawean adalah wisatawan Pulau Bawean selaku yang akan menggunakan media kaos souvenir Pulau Bawean.

1. Demografi Target Segmentasi

Sampel merujuk pada survey melalui kuisioner kepada 100 responden untuk mengetahui karakteristik :

Usia	: usia 18 - 25 tahun
Jenis kelamin	: seimbang antara laki-laki dan perempuan
Domisili	: domestik dan mancanegara
Penghasilan perbulan	: ± Rp 500.000 – Rp 3.000.000 perbulan
Pendidikan terakhir	: SMA, D3, S1
Pekerjaan	: pelajar/mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta, dll

Alasan memilih sampel tersebut :

a. Usia

18 - 25 tahun (kategori remaja, usia muda, dan usia matang. Target audiens yang dituju adalah target yang sudah siap secara ekonomi disebabkan dalam membeli produk kaos souvenir ini dibutuhkan suatu sikap yang loyal dalam menghargai suatu karya dan menyukai, mengerti dunia fashion. Serta pada usia dewasa matang ini sudah dapat membuat keputusan serta mempunyai potensi untuk membeli karena sudah siap secara ekonomi, walaupun terkadang dari sebagian user ini masih mengandalkan pendapatan non pribadi (orang tua)

b. Jenis kelamin

Target audience ini nantinya tidak dibatasi oleh jenis kelamin yang juga sama – sama memiliki peluang untuk membeli dan menggunakan, karena yang penting mereka memiliki kesamaan yaitu mempunyai minat untuk membeli dan menggunakan sehingga secara tidak langsung bersedia untuk mengenalkan brand Pulau Bawean.

c. Domisili

Bagi masyarakat secara umum, Pulau Bawean merupakan destinasi ekowisata yang memiliki akses yang relatif sulit, sehingga sebagian masyarakat memilih untuk lebih berkunjung ke destinasi ekowisata lain seperti Bali, Lombok, dll. Target audience ini nantinya adalah masyarakat yang berdomisili di Jawa Timur.

d. Pendidikan

Bagi masyarakat yang suka dan juga memperhatikan penampilan/fashion serta tentang banyak hal, jelas mereka juga bisa kita lihat dari segi penampilannya jika mereka merupakan orang yang juga mementingkan pendidikan.

e. Penghasilan perbulan

Pengeluaran target dengan nominal paling kecil Rp 500.000 dan paling besar Rp 3.000.000 perbulan merupakan nominal yang bisa dijadikan ukuran bahwa target mampu menyisihkan sebagian penghasilannya untuk membeli t shirt ini.

f. Pekerjaan

Mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, dan pegawai swasta merupakan range yang akan menjadi user dari prancangan ini. Mahasiswa dirasa sangat berpeluang besar sebagai target segment, meskipun mereka terkadang dari sebagian yang masih belum memiliki penghasilan sendiri tetapi kesukaan mereka untuk mengeksplor dan memperhatikan penampilan terutama fashion. Dan bagi orang yang sudah memiliki

pekerjaan, mereka kemungkinan telah memiliki anggaran yang disisihkan dari kebutuhannya. Karena mereka telah bekerja dan memperoleh penghasilan sendiri sehingga keputusan untuk membeli tshirt akan menjadi sangat mungkin.

2. Segmentasi Psikografis Pengunjung

Segmentasi psikografis merujuk pada riset melalui kuesioner yang dilakukan, yakni :

- a. Suka melakukan kegiatan traveling
- b. Suka berkumpul bersama teman saat waktu luang
- c. Senang bergaul dan nongkrong di café
- d. Menyukai bermain game di gadget
- e. Mengikuti perkembangan teknologi seperti smartphone, laptop / komputer

b. Sampel



Gambar 0.1 Wawancara dengan Bapak Imran Rasyidi, S.Sos
(Sumber : Zaghira, 2015)

Dalam judul “Perancangan Desain Kaos Tematik sebagai Souvenir Unggulan Objek Ekowisata Pulau Bawean” ini, penggalan data dilakukan melalui wawancara terhadap narasumber yang terkait langsung terhadap topik bahasan. Wawancara mendalam untuk mencari data dalam perancangan dilakukan terhadap beberapa narasumber yang berkaitan langsung dengan rencana perancangan souvenir kaos objek ekowisata Pulau Bawean. Narasumber utama untuk perancangan ini adalah Bapak

Imran Rasyidi, S.Sos selaku Kepala Balai UPT Pariwisata Pulau Bawean.

3.2.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperoleh mempunyai peran yang penting dalam menjawab pokok permasalahan yang dihadapi dalam perancangan desain kaos tematik sebagai souvenir unggulan Objek Ekowisata Pulau Bawean. Sumber data pada perancangan ini terdiri atas data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian. Sumber data primer diperoleh dari informan (narasumber) yang mengetahui secara pasti kondisi atau latar belakang objek yang akan diteliti. Berdasarkan kriteria tersebut, maka informan untuk perancangan ini adalah penanggungjawab dan pengelola tempat - tempat objek ekowisata di Pulau Bawean, yaitu Pihak pengelola UPT Pariwisata Pulau Bawean. Sumber data primer lain didapat dari pengamatan langsung (observasi) ke objek desain, dalam hal ini adalah kawasan Pulau Bawean.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan, artinya data tersebut didapatkan dari sumber - sumber lain yang mendukung. Sumber data - data sekunder diharapkan berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Pada perancangan ini, sumber-sumber data sekunder didapat melalui studi eksisting yang dilakukan terhadap penelitian terdahulu yang telah dilakukan untuk souvenir Pulau Bawean, kemudian studi kompetitor dan komparator untuk mendapatkan data sekunder terkait estetika. Dan diperoleh dari literatur - literatur yang berkaitan dengan perancangan desain kaos tematik sebagai souvenir unggulan Objek

Ekowisata Pulau Bawean, penelitian terdahulu, jurnal, artikel yang didapat melalui website resmi, diantaranya :

- a. Buku / *e-book*
- b. Artikel dari media elektronik
- c. Studi eksisting

3.2.3 Teknik Pengambilan Data

Pada perancangan ini, digunakan beberapa teknik pengambilan data, antara lain :

a. Observasi

Observasi (Pengamatan), yaitu kegiatan mencermati langsung secara visual terhadap kondisi obyek penelitian. Beberapa informasi yang didapatkan dari hasil observasi adalah ruang, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, keadaan atau peristiwa, waktu, dan perasaan. Pada metode ini dilakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai keadaan dan suasana di pulau Bawean, sehingga dapat menentukan konten dan gaya visual yang tepat untuk pengaplikasian souvenir kaos dan dapat menginterpretasikan brand objek ekowisata Pulau Bawean

Observasi dilakukan di kawasan ekowisata Pulau Bawean dengan tujuan mengamati secara langsung suasana, masalah, kondisi, dan gambaran umum terkait Pulau Bawean guna mengetahui karakteristik Pulau Bawean yang nantinya juga akan digunakan dalam menentukan *big idea*. Beberapa temuan terkait kondisi Pulau Bawean adalah sebagai berikut:

1. Permasalahan yang menghambat berkembangnya Pulau Bawean adalah masalah infrastruktur. Pembangunan infrastruktur masih dilakukan, diantaranya Lapangan terbang) Bawean
2. Suasana kekeluargaan dan nyaman begitu dirasakan saat berada di Pulau Bawean karena penduduknya sangat menjunjung tinggi nilai kedamaian

3. Selain potensi alam yang kaya, budaya, adat, dan tradisi juga menjadi daya tarik wisatawan yang masih dilestarikan oleh penduduk asli Bawean.
4. Beberapa objek wisata masih minim pelayanan pariwisatanya, seperti kapal kecil untuk menyebrang antar gili
5. Karena jumlah karyawan yang tidak begitu banyak, maka keadaan sehari-hari di kantor UPT Pariwisata Pulau Bawean cenderung sepi kecuali jika sedang ada kunjungan penelitian atau wisatawan

Observasi juga dilakukan guna mengamati secara langsung konten tentang Pulau Bawean yang akan diaplikasikan pada media kaos tematik. Desain kaos yang dihasilkan harus dapat memvisualisasikan ciri khas dan keunikan Pulau Bawean sehingga dapat bersaing dengan merchandise destinasi ekowisata lain.

b. Wawancara Mendalam

Dalam perancangan souvenir kaos tematik destinasi ekowisata Pulau Bawean, data juga diperoleh melalui *Deep Interview* yang dilakukan dengan stakeholder terkait selaku pengelola objek ekowisata Pulau Bawean dan juga dalam rencana perancangan desain kaos tematik souvenir pariwisata Pulau Bawean. *Deep Interview* bertempat di kantor UPT Pariwisata Pulau Bawean dengan memberikan 3 bahasan utama seputar permasalahan terkait Pulau Bawean, internal UPT Pariwisata Pulau Bawean serta tanggapan perancangan souvenir yang masing-masing berisi enam pertanyaan

c. Kepustakaan/Studi Literatur

Metode ini menggunakan literatur untuk data komparatif dalam menunjang semua data yang diperoleh dari berbagai sumber kepustakaan untuk memperoleh teori-teori dan mempelajari peraturan-peraturan yang berhubungan dengan penulisan ini dan menunjang keabsahan data yang diperoleh di lapangan.

d. Kuesioner

Metode kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan opini publik terhadap konten Pulau Bawean dan kebutuhan wisatawan terhadap souvenir. Kuesioner juga dapat digunakan untuk menentukan segmentasi pasarnya dan gaya gambar yang akan dijadikan sebagai acuan dalam mendesain souvenir kaos Pulau Bawean.

e. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan pada subyek penelitian dengan cara mengumpulkan data-data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi, bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah perancangan desain kaos tematik yang nantinya akan di transfer/dicatat. Metode ini dilakukan untuk mewakili suasana dan keadaan di pulau Bawean, dokumentasi berupa pemberitaan atau pengumpulan bukti berupa foto, arsip, film, gambar mengenai pariwisata pulau Bawean.

3.2.4 Teknik Perancangan

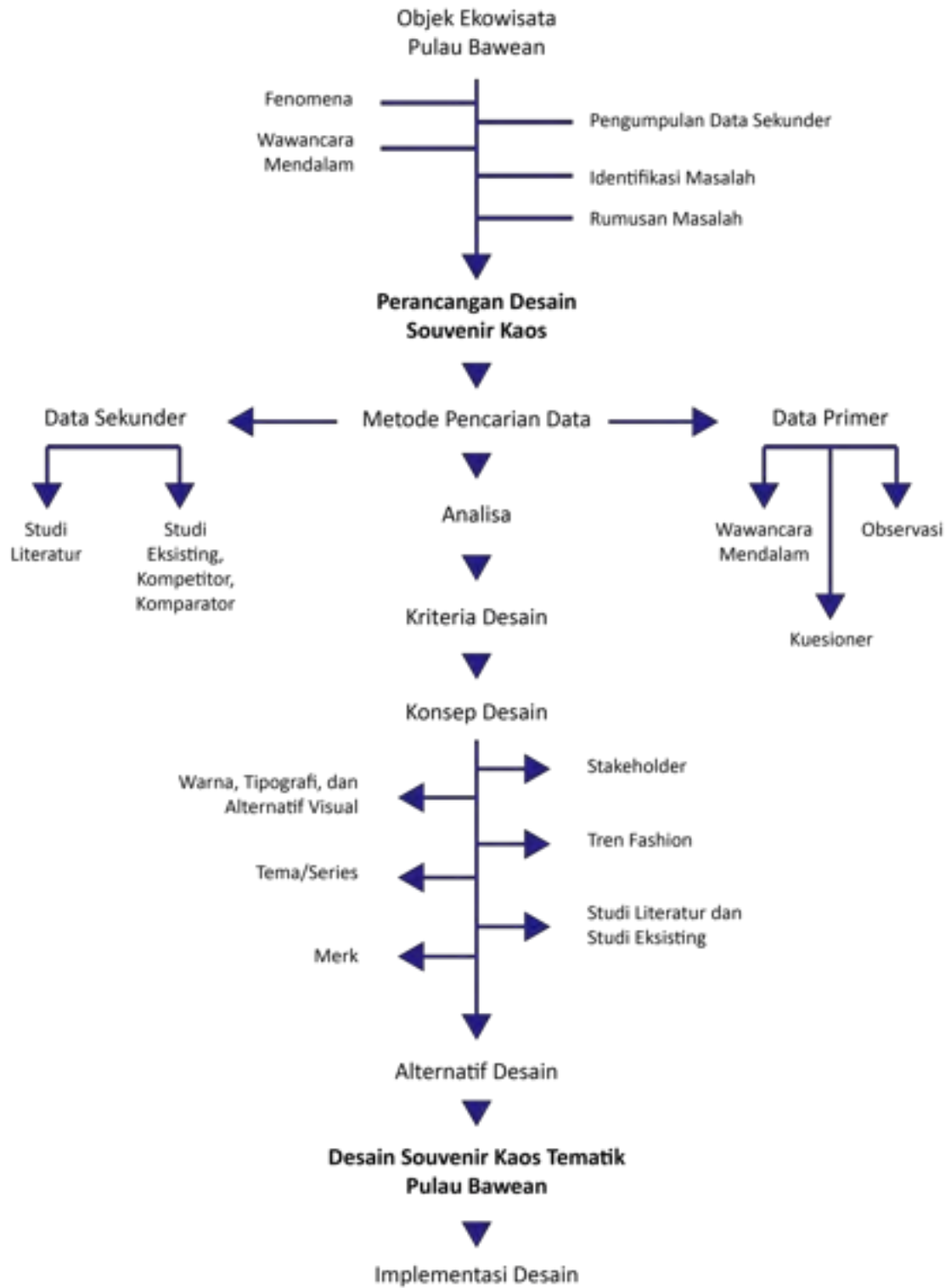
Dalam proses perancangan dibutuhkan langkah – langkah yang ilmiah dalam menentukan permasalahan hingga menemukan solusi. Berikut adalah tahap perencanaan dalam perancangan souvenir kaos tematik objek ekowisata Pulau Bawean.

- Menemukan fenomena – fenomena yang ada disekitar. Kemudian fenomena tersebut diperkuat dengan data yang didapatkan melalui depth interview terhadap narasumber yang berkompeten seperti kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean selaku stakeholder dalam perancangan ini.
- Permasalahan ditemukan dan diperjelas dengan observasi langsung di lapangan yaitu kawasan ekowisata Pulau Bawean
- Mencari solusi desain dari permasalahan yang ada, dan menjawab permasalahan di Pulau Bawean terkait dengan fenomena souvenir pariwisata

- Mendapat *big idea* sebagai konsep yang kemudian dikembangkan lagi dengan berpedoman dari minat wisatawan terhadap souvenir kaos
- Mengembangkan konsep hingga mencapai tujuan perancangan dan menjawab rumusan masalah dengan menggunakan metode *action research* berupa *brainstorming* dan sketsa.

3.3 Alur Perancangan

Untuk menghasilkan rancangan desain kaos tematik sebagai souvenir unggulan Objek Ekowisata Pulau Bawean yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan maka dibentuk sebuah alur perancangan sebagai berikut :



Bagan 0.1 Alur perancangan
(Sumber : Zaghirah, 2015)

3.4 Kriteria Desain

- **Penentuan variabel penelitian**

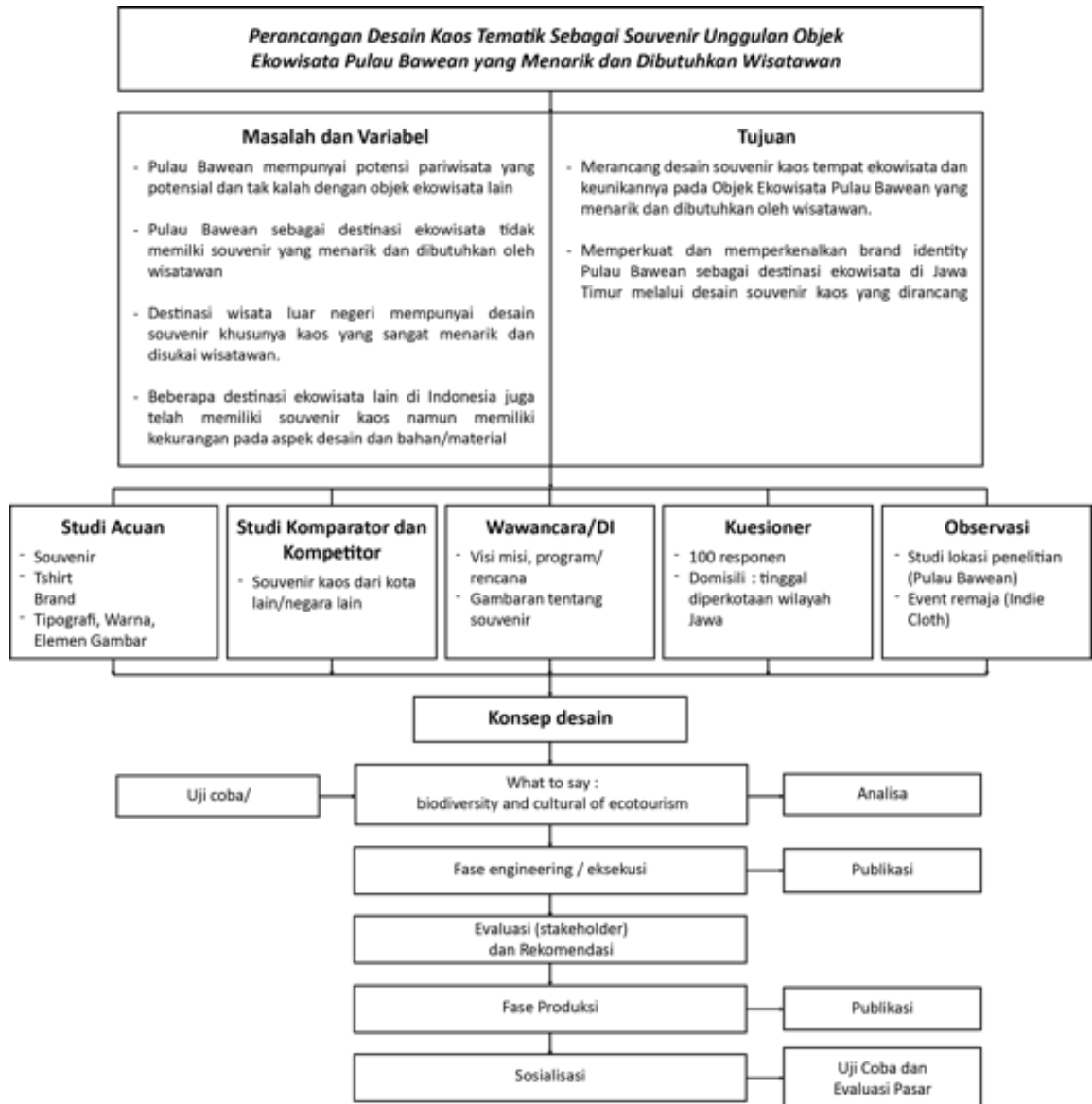
Dalam perancangan souvenir kaos Pulau Bawean meliputi beberapa variabel penelitian yang akan dibahas. Variabel berupa prosesi tradisi Nyadran, budaya dan tradisi, aspek estetika, warna, tipografi, ilustrasi dan layout. Proses desain akan melalui proses *alternative thumbnail, rough design, comprehensive design, final design*.

- **Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan merupakan kesimpulan peneliti dalam mengambil keputusan untuk keluaran desain dan penetapan media pada final desain berikutnya.

3.5 Protokol Riset

Protokol riset dibuat sebagai pedoman dalam melakukan riset terkait perancangan souvenir Pulau Bawean. Setiap riset yang dilakukan harus melalui acuan protocol riset sehingga data yang didapat sesuai dengan data yang dibutuhkan. Protokol riset berisi susunan dan acuan riset apa saja yang nantinya akan dilakukan.



Tabel 0.1 Proses riset
(Sumber : Zaghirah, 2015)

3.5.1 Depth Interview dengan kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean



Gambar 0.2 Wawancara dengan Bapak Imran Rasyidi, S.Sos
Sebagai Kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean
(Sumber : Zaghirah, 2015)

PEDOMAN WAWANCARA

Perancangan Identitas Visual Objek Ekowisata Pulau Bawean

Informan : UPT Pariwisata Bawean
Nama : Imran Rasyidi, S.Sos
Jabatan : Kepala Pimpinan
Hari/Tanggal : 26 Oktober 2015
Pukul : 09.00

1.	Fokus Penelitian	Sistem pengelolaan, dan berbagai program pariwisata yang telah dilakukan untuk Pulau Bawean
	Jenis Data	Data berupa informasi sistem pengelolaan dan program kepariwisataan
	Pertanyaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana selama ini sistem pengelolaan ekowisata Pulau Bawean ? 2. Apa saja program kepariwisataan untuk Pulau Bawean yang sedang dan akan dikerjakan ?

2.	Fokus Penelitian	Program dinas terkait untuk pariwisata Pulau Bawean
	Jenis Data	Rencana pengembangan dan program yang sedang berjalan dari segala aspek untuk pariwisata Pulau Bawean
	Pertanyaan	1. Apa program yang sedang di upayakan UPT Pariwisata Pulau Bawean dengan dinas lain untuk pariwisata Pulau Bawean ?
3.	Fokus Penelitian	Masalah – masalah/kendala terkait yang dihadapi pariwisata Pulau Bawean
	Jenis Data	Masalah – masalah dan kendala terkait yang dihadapi pariwisata Pulau Bawean
	Pertanyaan	1. Apa saja masalah terkait pengembangan pariwisata Pulau Bawean ini yang dihadapi UPT Pariwisata Pulau Bawean ?
4.	Fokus Penelitian	Gambaran umum tentang Pulau Bawean
	Jenis Data	Cerita secara luas dan lengkap tentang Pulau Bawean
	Pertanyaan	1. Bagaimana gambaran umum tentang Pulau Bawean ? 2. Apa yang menjadi daya tarik Pulau Bawean dibanding ekowisata lain ? 3. Apa kisah yang menarik tentang Pulau Bawean ?
5.	Fokus Penelitian	Tanggapan mengenai kegiatan merchandising di Pulau Bawean
	Jenis Data	Opini atau tanggapan mengenai kegiatan merchandising yang selama ini digunakan
	Pertanyaan	1. Bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait merchandising di Pulau Bawean ?
6.	Fokus Penelitian	Konten atau keunikan yang ingin dimunculkan

		ke dalam logo Pulau Bawean
	Jenis Data	Konten atau keunikan yang ingin ditonjolkan
	Pertanyaan	1. Konten apa yang ingin divisualkan kedalam media kaos ? 2. Apa keunikan atau ciri khas Pulau Bawean yang ingin ditonjolkan ?
7.	Fokus Penelitian	Harapan untuk kegiatan pariwisata terkait merchanding
	Jenis Data	Harapan untuk kegiatan pariwisata terkait merchanding
	Pertanyaan	1. Apa harapan yang ingin dicapai terhadap souvenir yang dirancang ?

3.5.2 Depth Interview dengan pemilik clothing brand Looks Like Life



Gambar 0.3 Wawancara dengan Fiqih A. Dennoto
Sebagai Owner Looks Like Life Surabaya
(Sumber : Zaghirah, 2016)

PROTOKOL RISET *DEPTH INTERVIEW*

Perancangan Identitas Visual Objek Ekowisata Pulau Bawean

Informan : Looks Like Life Surabaya

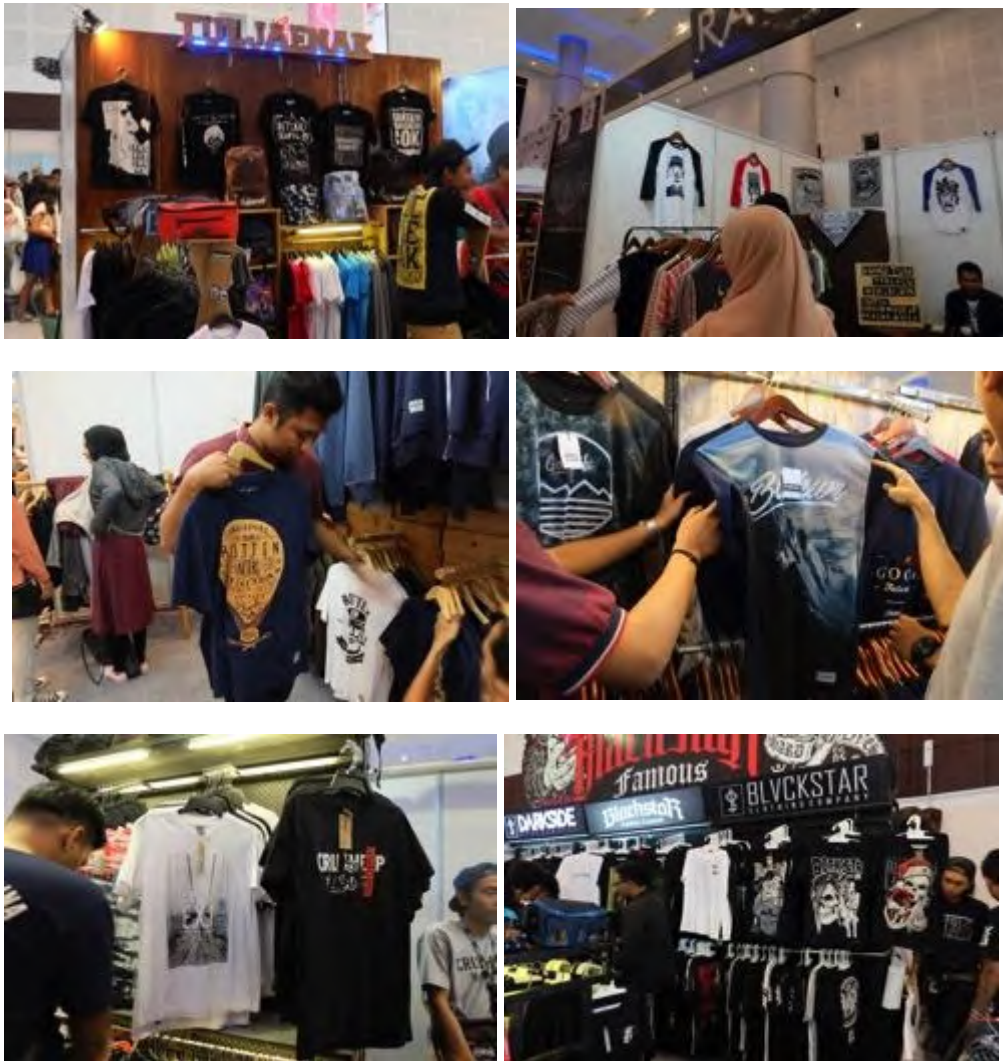
Nama : Fiqih A. Dennoto
Jabatan : Owner
Hari/Tanggal : 5 April 2016
Pukul : 13.00

1.	Fokus Penelitian	Deskripsi singkat perusahaan
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang profil singkat perusahaan
	Pertanyaan	1. Apa itu LLL ? 2. Apa visi atau misi dari LLL ?
2.	Fokus Penelitian	Segmentasi pasar perusahaan
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang bagaimana perusahaan menentukan segmentasi pasarnya, dan bertahan menghadapi pesaing
	Pertanyaan	3. Bagaimana LLL mempositioning kan diri ? 4. Siapa saja yang termasuk segmentasi user dari produk LLL ? 5. Bagaimana cara LLL akhirnya menentukan segmentasinya ? 6. Perlukah untuk menjadi produsen yang fokus dengan kebutuhan satu segmentasi (seperti outfit ya outfit saja), atau memaksakan untuk menjawab seluruh kebutuhan user ? 7. Bagaimana LLL mampu bertahan dalam menghadapi pesaing sesama produsen ?
3.	Fokus Penelitian	Kebutuhan dan masalah pasar
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang apa saja kebutuhan pasar dan masalah yang dihadapi LLL dalam menjawab kebutuhan pasarnya
	Pertanyaan	8. Apa saja hal – hal yang dicari atau dibutuhkan user terhadap produk LLL ?

		(fashion) 9. Masalah apa yang paling sering dihadapi LLL selama mengatasi hal tersebut ?
4.	Fokus Penelitian	Value atau keunikan lain yang ditawarkan perusahaan
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang value atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibanding dengan produk pesaing
	Pertanyaan	10. Apa saja value atau keunikan lebih yang dijual ke user sebagai daya tarik dari LLL jika dibandingkan dengan produk pesaing ? 11. Perlukah bagi sebuah produk untuk memiliki atau juga menjual nilai edukasi atau dampak positif untuk user nya ?
5.	Fokus Penelitian	Proses kreatif pada kegiatan perusahaan
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang proses kreatif yang dilakukan perusahaan dalam mengemas produknya
	Pertanyaan	12. Bagaimana proses kreatif itu terjadi dari produk sampai ke tangan user ? (ex : kerjasama brand, promosi, event, dll)
6.	Fokus Penelitian	Tanggapan mengenai kegiatan merchandising untuk pariwisata Indonesia
	Jenis Data	Opini atau tanggapan mengenai kegiatan merchandising untuk pariwisata
	Pertanyaan	13. Jika melihat dari negara luar, bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ? 14. Adakah saran atau kritik untuk kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ?
7.	Fokus Penelitian	Tanggapan mengenai perancangan desain

		sovenir kaos Pulau Bawean
	Jenis Data	Opini atau tanggapan mengenai perancangan desain sovenir kaos Pulau Bawean
	Pertanyaan	15. Adakah saran atau kritik bagi perancangan desain sovenir kaos Pulau Bawean ?

3.5.3 Observasi ke event Apperal Indie Cloth Surabaya 2016



Gambar 0.4 Dokumentasi Observasi Indie Cloth Surabaya 2016
(Sumber : Zaghirah, 2016)

Indie Cloth 2016 merupakan event rutin setahun sekali yang merupakan event pameran Apperal, terdapat 100 brand lokal indie clothing yang memiliki pasar remaja. Observasi ke event Indie Cloth ini dilakukan untuk mendapatkan

mapping segmentasi terhadap kebutuhan, kesukaan atau minat mereka tentang Apparel, khususnya kaos. Pada saat observasi ke event tersebut, penulis berkesempatan bertemu dengan salah satu pemilik clothing line yang membuka boothnya di event tersebut. Berikut beberapa pertanyaan yang diajukan penulis kepada narasumber untuk mendapatkan data sekunder yang akan sangat dibutuhkan pada perancangan ini.

PROTOKOL RISET *DEPTH INTERVIEW*

Perancangan Identitas Visual Objek Ekowisata Pulau Bawean

Informan : Hooligans
Nama : Dimas Priambodo
Jabatan : Owner
Hari/Tanggal : 2 April 2016
Pukul : 18.15



Gambar 0.5 Wawancara dengan Dimas Priambodo
 Sebagai pemilik clothing line brand “Hooligans”
 (Sumber : Zaghira, 2016)

1.	Fokus Penelitian	Profil clothing line
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang profil singkat

		perusahaan
	Pertanyaan	1. Apa itu Hooligans ?
2.	Fokus Penelitian	Segmentasi pasar perusahaan
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang bagaimana perusahaan menentukan segmentasi pasarnya, dan bertahan menghadapi pesaing
	Pertanyaan	2. Bagaimana Hooligans mempositioning kan diri ? 3. Siapa saja yang termasuk segmentasi user dari produk Hooligans ? 4. Bagaimana Hooligans mampu bertahan dalam menghadapi pesaing sesama produsen ?
3.	Fokus Penelitian	Kebutuhan dan masalah pasar
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang apa saja kebutuhan pasar dan masalah yang dihadapi Hooligans dalam menjawab kebutuhan pasarnya
	Pertanyaan	5. Apa saja hal – hal yang dicari atau dibutuhkan user terhadap produk Hooligans ? (fashion) 6. Masalah – masalah apa yang paling sering dihadapi Hooligans selama mengatasi hal tersebut ?
4.	Fokus Penelitian	Value atau keunikan lain yang ditawarkan perusahaan
	Jenis Data	Penjelasan verbal tentang value atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibanding dengan produk pesaing
	Pertanyaan	7. Apa saja value atau keunikan lebih yang dijual ke user sebagai daya tarik dari Hooligans jika dibandingkan dengan produk pesaing ?

6.	Fokus Penelitian	Tanggapan mengenai kegiatan merchandising untuk pariwisata Indonesia
	Jenis Data	Opini atau tanggapan mengenai kegiatan merchandising untuk pariwisata
	Pertanyaan	8. Jika melihat dari negara luar, bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ? 9. Adakah saran atau kritik untuk kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ?
7.	Fokus Penelitian	Tanggapan mengenai perancangan desain sovenir kaos Pulau Bawean
	Jenis Data	Opini atau tanggapan mengenai perancangan desain sovenir kaos Pulau Bawean
	Pertanyaan	10. Adakah saran atau kritik bagi perancangan desain sovenir kaos Pulau Bawean ?

3.5.4 Kuesioner kepada 100 responden

1.	Fokus Penelitian	Data terkait identitas dari user untuk mengetahui segmentasi pasar. Terkait rentang usia, tempat tinggal, pekerjaan, pengeluaran tiap bulan
	Pertanyaan	1. Jenis kelamin 2. Umur 3. Domisili (kota/kabupaten) ? 4. Pekerjaan 5. Pendidikan terakhir 6. Pendapatan per bulan (Rupiah)
2.	Fokus Penelitian	Ketertarikan responden terhadap kegiatan wisata. Opini responden tentang kesukaannya terhadap kegiatan wisata

	Pertanyaan	<p>1. Berapa kali dalam setahun anda mengunjungi tempat wisata ?</p> <p>2. Kemana paling sering anda berlibur ?</p>
	Fokus Penelitian	Opini responen tentang wisata Pulau Bawean dan pengetahuan mereka terhadap Pulau Bawean
3.	Pertanyaan	<p>1. Apakah anda mengetahui pulau bawean dan wisatanya ?</p> <p>2. Darimana paling banyak anda mengetahui informasi pulau bawean dan wisatanya ?</p>
	Fokus Penelitian	Opini responen tentang wisata Pulau Bawean dan pengetahuan mereka terhadap Pulau Bawean
4.	Pertanyaan	<p>1. Apa yang membuat anda tertarik untuk berwisata pulau bawean ?</p> <p>2. Menurut anda objek wisata yang menjadi ciri khas pulau bawean adalah ?</p>
	Fokus Penelitian	Opini responen terkait tentang kebutuhan dan ketertarikan wisatawan dengan souvenir kaos
5.	Pertanyaan	<p>1. Menurut anda seberapa penting kebutuhan souvenir pada objek wisata ?</p> <p>2. Apakah anda termasuk yang gemar membeli souvenir sebagai oleh - oleh setelah mengunjungi objek wisata ?</p> <p>3. Souvenir jenis apa yang menarik ?</p> <p>4. Berapa harga yang dapat anda keluarkan untuk membeli souvenir (kaos) ?</p> <p>5. Apa yang menjadi perhatian anda saat membeli souvenir kaos ?</p> <p>6. Desain kaos seperti apa yang anda sukai ?</p>
6.	Fokus Penelitian	Opini responen terkait tentang harapan responden sebagai wisatawan pada desain kaos

		souvenir Pulau Bawean
	Pertanyaan	<p>1. Menurut anda apakah souvenir kaos bisa membantu masyarakat untuk mengenali Pulau Bawean ?</p> <p>2. Konten apa yang anda harapkan ada pada desain kaos Pulau Bawean ?</p>

BAB IV

ANALISA HASIL RISET

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Objek Ekowisata Pulau Bawean

Pulau Bawean, pulau yang letaknya di Laut Jawa, sekitar 80 Mil atau 120 kilometer sebelah utara Gresik ini adalah pulau kecil yang masuk dalam administrasi kabupaten Gresik. Pulau Bawean mempunyai wisata lingkungan yang alami serta didukung wisata lain yang berada disekitarnya seperti danau, air terjun, pemandian air panas, penangkaran rusa dan wisata religi.

Dalam Laporan Kajian Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Gresik oleh Badan Perencanaan Pembangunan dan Pengembangan Daerah Kabupaten Gresik 2011, terdapat tiga belas tujuan wisata alam yang dapat dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara. Diantaranya satu tujuan wisata danau, lima wisata pantai, tiga wisata kepulauan, dua wisata air terjun, satu wisata air panas, dan satu wisata penangkaran Rusa Bawean.

Sebagai kawasan lingkungan ekowisata/*ecotourim*, UPT Pariwisata Bawean membagi kawasan wisata menjadi tiga wisata lingkungan yaitu :

1. Wisata Daratan

- Danau Kastoba
- Penangkaran Rusa Bawean
- Air Terjun Patar Selamat
- Pemandian Air Panas
- Air Terjun Lancar
- Kerajinan Batu Onyx

2. Wisata Bahari

- Taman Laut
- Snorkling dan Diving
- Konservasi terumbu karang
- Spot memancing

3. Wisata Pantai

- Pulau Noko
- Pulau Selayar
- Pulau Gili
- Pulau Cina
- Pnatai Mayangkara
- Pantai Tanjung Ghe'en

Juga terdapat wisata budaya yang masih kental akan nilai religi didalamnya. diantaranya :

- Terbang Dzikir Bawean
- Seni Mandailing/ “Makabin-kabin”
- Seni Pencak Silat/Pokolan Bawean
- Seni Krencengan
- Durung Bawean

Visi dari UPT pariwisata Bawean yaitu menjadi destinasi andalan Provinsi Jawa Timur yang sustainable dan mensejahterahkan masyarakat khususnya Pulau Bawean. Sedangkan misi UPT pariwisata Bawean selaku stakeholder yang mengelola Pulau Bawean diantaranya :

1. Masyarakat harus diikut sertakan dan harus merasakan manfaat langsung dari pariwisata
2. Membuat perencanaan jangka panjang yang mengarah ke *ecotourism* dan *sustainable* untuk destinasi wisata Pulau Bawean
3. Membuat kerjasama yang berkelanjutan antara pemerintah, investor, akademisi, dan masyarakat untuk pengembangan destinasi wisata Bawean.

UPT Pariwisata adalah salah satu Unit Pelaksana Teknis Pariwisata Pulau Bawean. Objek Ekowisata Pulau Bawean merupakan kawasan pelestarian alam dengan tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi serta memiliki keanekaragaman tradisi dan budaya yang masih alami.

4.1.2 Deskripsi Perancangan

Di dalam perancangan yang berjudul “Perancangan Desain Kaos Tematik sebagai Souvenir Unggulan Objek Ekowisata Pulau Bawean”, penulis bermaksud untuk membuat sebuah desain kaos tematik dari Objek Ekowisata yang dapat mewakili identitas dan segala keunikan objek wisata alam dengan karakteristik sebagai kawasan wisata lingkungan berbasis konservasi edukasi.

Sebuah souvenir berguna dalam rangka pengenalan fisik identitas Objek Ekowisata Pulau Bawean dimata masyarakat sehingga dapat diwakili dengan penciptaan sebuah system grafis yang kaitannya dengan konten Pulau Bawean. Souvenir yang menarik dengan kualitas terbaik bagi Objek Ekowisata Pulau Bawean akan mendorong terciptanya perhatian masyarakat dan wisatawan untuk berwisata ke Pulau Bawean. Perancangan yang dihasilkan nantinya akan berdasarkan oleh keseluruhan konten yang memvisualkan keunikan dan ciri khas dari Objek Ekowisata Pulau Bawean.

Pada perancangan ini, output yang dihasilkan adalah desain kaos tematik beserta prototipenya yang digunakan dan mampu mewakili brand Objek Ekowisata Pulau Bawean secara visual. Desain kaos tematik yang akan dihasilkan terdiri dari 5 konten umum dengan masing – masing 10 kategori visual, nantinya dapat berkembang berdasarkan konten, gaya gambar, model, dll. Souvenir kaos ini diposisikan juga sebagai media promosi yang akan dikenakan wisatawan, sehingga Pulau Bawean juga dapat menjadi lebih terkenal. Sehingga apabila kaos yang dihasilkan dapat dikatakan menarik dan layak ditawarkan ke wisatawan, Pulau Bawean akan semakin siap untuk bersaing dengan destinasi ekowisata lain di bidang pariwisata. Visual yang akan ditampilkan adalah tampilan objek ekowisata yang menarik dan tetap mengikuti tren fashion saat ini.

4.2 Hasil Riset

4.2.1 Depth Interview dengan kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean



Gambar 0.1 Wawancara dengan Bapak Imran Rasyidi, S.Sos
Sebagai Kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean
(Sumber : Zaghirah, 2015)

Tujuan : Mencari data terkait profil Pulau Bawean, fenomena identitas visual, sistem pengelolaan, visi – misi, dan program Dinas Pariwisata terhadap objek ekowisata Pulau Bawean

Lokasi : kantor UPT Pariwisata Bawean

Waktu : 26 Oktober 2015 pukul 09.00

Narasumber : Bapak Imran Rasyidi, S.Sos

Peralatan : Alat rekam dan kamera

Pertanyaan :

1. Bagaimana selama ini sistem pengelolaan ekowisata Pulau Bawean ?

“Kalau pengelolaan ya maaf karna masih baru Bawean ini jadi ya masih terus memperbaiki infrasturktur dan sarananya, seperti jalan lingkar itu. Kalau kita punya pokdarwis itu yang membantu bertanggung jawab disetiap objek wisata.”

Visi dari UPT pariwisata Bawean yaitu menjadi destinasi andalan Provinsi Jawa Timur yang sustainable dan mensejahterahkan masyarakat khususnya Pulau Bawean. Sedangkan misi UPT pariwisata Bawean selaku stakeholder yang mengelola Pulau Bawean

diantaranya :

1. Masyarakat harus diikut sertakan dan harus merasakan manfaat langsung dari pariwisata
2. Membuat perencanaan jangka panjang yang mengarah ke *ecotourism* dan *sustainable* untuk destinasi wisata Pulau Bawean
3. Membuat kerjasama yang berkelanjutan antara pemerintah, investor, akademisi, dan masyarakat untuk pengembangan destinasi wisata Bawean.

UPT Pariwisata Pulau Bawean telah melakukan pembagian wilayah kawasan ekowisata untuk menunjang kegiatan ekowisata modern berbasis konservasi. Pembagian kawasan tersebut terdiri dari :

1. Wisata Daratan
 - Danau Kastoba
 - Penangkaran Rusa Bawean
 - Air Terjun Patar Selamat
 - Pemandian Air Panas
 - Air Terjun Lancar
 - Kerajinan Batu Onyx
2. Wisata Bahari
 - Taman Laut
 - Snorkling dan Diving
 - Konservasi terumbu karang
 - Spot memancing
3. Wisata Pantai
 - Pulau Noko
 - Pulau Selayar
 - Pulau Gili
 - Pulau Cina
 - Pnatai Mayangkara
 - Pantai Tanjung Ghe'en

Membentuk POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) untuk membantu melayani wisatawan dan memberikan informasi terkait pariwisata Pulau Bawean dan membantu UPT Pariwisata untuk menggerakkan sadar wisata bagi masyarakat Pulau Bawean, juga berfungsi sebagai travel guide bagi wisatawan sebagai pelayanan pariwisata Pulau Bawean. Saat melakukan depth interview dengan Bapak Imran mendapatkan data POKDARWIS

No	Nama Kelompok	Alamat	Telepon	Alamat Email
1	POKDARWIS 1			
2	POKDARWIS 2			
3	POKDARWIS 3			
4	POKDARWIS 4			
5	POKDARWIS 5			
6	POKDARWIS 6			
7	POKDARWIS 7			
8	POKDARWIS 8			
9	POKDARWIS 9			
10	POKDARWIS 10			
11	POKDARWIS 11			
12	POKDARWIS 12			
13	POKDARWIS 13			
14	POKDARWIS 14			
15	POKDARWIS 15			
16	POKDARWIS 16			
17	POKDARWIS 17			
18	POKDARWIS 18			
19	POKDARWIS 19			
20	POKDARWIS 20			

Gambar 0.2 Data POKDARWIS
(Sumber : Zaghirah, 2015)

2. Apa saja program kepariwisataan untuk Pulau Bawean yang sedang dan akan dikerjakan ?

“Program pariwisata itu kayak promosi, dibantu sama LSM Media Bawean, kemudian stasiun TV yang mengekspos Pulau Bawean seperti acara My Trip My Adventure itu. Kita juga punya semacam brosur, booklet gitu nanti dikasih kan ke wisatawan”

Kegiatan promosi selama ini dibantu oleh LSM Media Bawean yang di pimpin oleh Pak Basir. Bentuk promosi melalui website media Bawean selain bertujuan untuk mempromosikan Pulau Bawean juga sebagai media informasi berupa surat kabar elektronik. Bentuk promosi lain yang dilakukan masih konvensional, sekedar brosur,

booklet. Brosur dibagikan kepada tamu – tamu dan wisatawan mancanegara.



Gambar 0.3 Data POKDARWIS
(Sumber : Zaghirah, 2015)

3. Apa program yang sedang di upayakan UPT Pariwisata Pulau Bawean dengan dinas lain untuk pariwisata Pulau Bawean ?

“Kegiatan yang sedang dilakukan saat ini itu kayak musyawarah rutin dengan masyarakat, ataupun travel agent sama dinas – dinas terkait biar semakin dalam satu suara gituloh. Terus ini yang baru ada dari dinas, seperti ijin yang harus dibuat sama investor kalau mau buka hotel atau restaurant disini, biar kalau ada apa – apa bisa dipertanggung jawabkan gitu”

Bawean sudah menjadi objek ekowisata program Wonderful Indonesia. UPT Pariwisata secara teknis menyatakan kesiapannya untuk mengangkat Bawean sebagai objek ekowisata ikon Jawa Timur. Mendukung program dinas pariwisata Kabupaten Gresik

sebagai upaya menarik investor. Dinas Pariwisata Kota Gresik juga telah melakukan program ijin resmi standart fasilitas yang diberlakukan untuk investor yang akan mengembangkan bisnis pariwisata di Pulau Bawean. PDUP ijin untuk investor, travel agent mulai dilakukan dengan serius, sehingga investor tidak bebas masuk ke Bawean, mereka tetap terkontrol dalam prosesnya dan tidak merugikan masyarakat Bawean.

Beberapa upaya untuk mengintegrasikan aspek pariwisata Bawean sudah dilakukan dan terus berproses, seperti mengumpulkan para travel agent agar menggerakkan usahanya tanpa mengesampingkan kepentingan masyarakat Bawean. Walaupun travel agent tidak dikoordinasi oleh pemerintah, mereka tetap harus melakukan wajib lapor dan berkoordinasi dengan pemerintah setempat terkait dengan aspek keamanan. Menjaga jangan sampai wisatawan membawa narkoba, senjata, dll. Menjadikan wisatawan tetap merasa nyaman, aman, dan jauh dari tindakan yang merugikan.

4. Apa saja masalah terkait pengembangan pariwisata Pulau Bawean ini yang dihadapi UPT Pariwisata Pulau Bawean ?

“Kalau masalah yaa jelas banyak, terus semua nya sedang dibenahi secara bertahap. Bantuan anggaran terlebih susah turunnya ke sini, jadi kita ndak bisa optimal menggerakkan masyarakat. Kalau Bawean mau dijadikan Bali gitu, kita sih siap. Tapi ya itu, terkendala sama beberapa kelompok ulama yang fanatik, jadi nggak bisa bebas gitu.”

Bantuan dari dinas belum ada, UPT pariwisata daerah Bawean meminta bantuan anggaran untuk membantu UPT pariwisata daerah mengembangkan pengelolaan objek wisata sehingga pengelolaannya menjadi jelas dan terintegrasi dengan baik. Dari berbagai dinas terkait seperti PU, dinas hukum dan sosmas, dinas pariwisata, dan stakeholder yang bersangkutan untuk mengembangkan pariwisata

Pulau Bawean belum terintegrasi dengan baik sehingga pengembangannya tidak bisa maksimal

Secara teknis masyarakat disini siap menjadi tuan rumah pariwisata. Terhambat bantuan anggaran sehingga tidak bisa memaksimalkan menggerakkan masyarakat untuk membantu mengelola pariwisata Bawean

Kalau pariwisata Pulau Bawean dimajukan dan dijadikan seperti Bali contohnya, Bawean terhambat sama kendala internal, beberapa kelompok yang tidak siap kalau sampai ada perilaku liberal seperti kegiatan karaoke, club malam. Beberapa orang masih sangat fanatik dan tertutup

Penyuluhan ke masyarakat tidak dilakukan secara optimal, karena belum mendapat anggaran. Penyuluhan ke masyarakat untuk membantu mengelola pariwisata Pulau Bawean, sehingga hanya dapat diwakili oleh tim POKDARWIS. Padahal masyarakat Pulau Bawean memiliki potensi industri kreatif seperti tikar Bawean, krupuk Bawean, dll yang dapat membantu pariwisata Pulau Bawean dan membantu perekonomian masyarakat.

Fasilitas publik berupa lapangan terbang yang sangat berpengaruh belum diresmikan karena sengketa tanah dengan masyarakat. Harusnya Desember – Januari sudah bisa dioperasikan. Lapter diopreasikan untuk wisatawan, jadi tidak bisa dioptimalkan untuk logistik. Proses penyelesaian lapter 60%.

5. Bagaimana gambaran umum tentang Pulau Bawean ?

“Bawean itu kesannya yaa Pulau Putri itu yang menarik, soalnya memang lebih banyak perempuannya selain itu juga karna sejarah cerita itu.”

Kesan yang ingin di sampaikan ke wisatawan bahwa Bawean pulau yang ramah, manis, sopan. Selain keeksotis alamnya, tempat konservasi, penelitian, dan rekreasi yang menarik. Masyarakatnya memiliki tradisi yang masih asli dan tak kalah eksotis.

Bawean juga memiliki sejarah yang unik. Bapak Imran menjelaskan kisah yang populer di Pulau Bawean. Bawean dahulu dikenal dengan sebutan “Pulau Puteri” karena mayoritas penduduknya kaum perempuan. Kaum lelaki Bawean umumnya merantau ke Malaysia. Tapi sekarang julukan Pulau Puteri sudah jarang terdengar, lantaran kaum hawa Bawean sudah banyak yang merantau pula ke luar negeri, bahkan sebagian diantaranya sudah menjadi penduduk tetap negeri jiran, seperti Malaysia dan Singapura. Dalam legenda pulau putri, pulau bawean tempat berlabuhnya keluarga dari kerajaan Campa yang akan menuju pulau Jawa, mereka berlabuh dikarenakan Putri raja tersebut sakit, dan konon meninggal di bawean, untuk menghormati sang putri pulau tersebut dinamakan pulau putri. Sampai sekarang ini makam beliau masih ada tepatnya berada di desa Kumalasa yang dikenal sebagai makam jujuk Campa.

6. Apa yang menjadi daya tarik Bawean dibanding ekowisata lain ?

“Yak an disini mayoritas penduduknya islam. Jadi yang menarik juga tentang kekentalan agamanya itu. Banyak tarian – tarian, tradisi yang cuman ada di Bawean saya rasa”

Bawean memiliki nilai budaya dan tradisi yang unik. Keunikan potret masyarakat lokal menjadi hal yang tak kalah diperhatikan apabila berwisata ke Pulau Bawean. Dapat diketahui bahwa 99% penduduk Bawean adalah muslim dengan menjunjung tinggi nilai agama dan tradisi nenek moyang.

7. Bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait merchandising di Pulau Bawean ?

“oo kalau souvenir itu masyarakat sini punya batu onyx sama tikar. Tapi ya itu wisatawan jarang sekali yang beli, biasanya barang – barang itu lebih di impor ke Malaysia gitu. Kalau seperti kaos,

gantungan kunci,itu belum ada tokonya, belum ada masyarakat yang melihat peluang jualan seperti itu. Padahal ya penting itu, masak wisatawan datang ke Bawean pulang – pulang cuma bawa krupuk Bawean ”

Souvenir adalah aspek pariwisata yang belum digarap secara optimal oleh pemerintah, padahal kepentingan dan kebutuhan souvenir bagi wisatawan tinggi. Dan dapat diketahui bahwa masyarakat Pulau Bawean sendiri belum melihat adanya peluang usaha yang menguntungkan di bidang souvenir, mereka lebih memilih melakukan kegiatan yang biasa dari dulu mereka lakukan, tidak berkembang.

8. Konten apa yang ingin divisualkan kedalam media kaos ?

“Banyak sekali ya, selain alam, pantainya, hutannya, Semuanya masih perawan. Biasanya sih wisatawan yaa itu paling tertarik sama wisata bawah lautnya. Kalau tema yang bisa diangkat yaa banyak, komplit di Bawean”

Bawean memiliki beragam aspek yang dapat diangkat dijadikan tema atau konten pada souvenir kaos nantinya. Keunikan dari aspek – aspek tersebut juga tak kalah bial disandingkan dengan objek ekowisata lain, mulai dari bentang alam, masyarakat lokalnya, budaya dan tradisi, dll.

9. Apa harapan yang ingin dicapai terhadap souvenir yang dirancang ?

“yaa biar supaya masyarakat ini diajak hidup makmur, lebih sadar wisata. Jadi yang muda muda nggak langsung memilih merantau ke negara sebelah. Membesarkan Pulau Bawean ini dari bisnis – bisnis pariwisata juga bisa, seperti ya ini souvenirnya ta di garap, hotel aa restaurant, banyak lah. Dan yang jelas produk Pulau Bawean juga

semakin laku disukai sama wisatawannya, terus wisatawannya mau datang lagi datang lagi”

Keinginan stakeholder terhadap souvenir kaos yang dirancang agar tidak hanya berdampak pada penyelesaian masalah wisatawan namun juga berdampak baik bagi kesejahteraan masyarakatnya. Dan souvenir yang dirancang tentu harus disukai dan dibutuhkan oleh wisatawan

Berdasarkan jawaban dan tanggapan *stakeholder* diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa UPT Pariwisata Pulau Bawean membutuhkan adanya upaya untuk menunjang Pulau Bawean lebih maju khususnya dibidang pariwisata salah satunya dengan perancangan souvenir ini.

Peran souvenir sebagai penunjang brand image ekowisata Pulau Bawean yang dapat menginterpretasi keunikan dan karakteristik Pulau Bawean. UPT Pariwisata Pulau Bawean berharap souvenir kaos ini nantinya dapat disukai oleh wisatawan, sehingga wisatawan tidak enggan mengenakan dan dengan kesan positif yang diberikan wisatawan diharapkan juga akan meningkatkan mutu pariwisata Pulau Bawean.

Nilai-nilai yang ingin ditampilkan pada souvenir kaos ini nantinya antara lain untuk mengeksplor keadaan alam, budaya / tradisi, masyarakat lokal, flora dan fauna, juga bahasa. UPT Pariwisata Pulau Bawean juga menghendaki model kaos yang mengikuti tren namun tetap akan mencerminkan sebuah destinasi ekowisata yang bergerak di bidang ekowisata konservasi alam.

4.2.2 Depth Interview dengan pemilik clothing brand Looks Like Life



Gambar 0.4 Wawancara dengan Fiqih A. Denoto
Sebagai Owner Looks Like Life Surabaya
(Sumber : Zaghirah, 2016)

Tujuan : Mencari data terkait fenomena fashion kaos
 Lokasi : Store Looks Loke Life
 (Jln. Ir. Dr. H. Soekarno 25 MEER – Rungkut, Surabaya)
 Waktu : 5 April 2016 pukul 12.00
 Narasumber : Fiqih A. Denoto
 Peralatan : Alat rekam dan kamera
 Pertanyaan :

1. Apa itu LLL ?
2. Apa Visi atau misi dari LLL ?

“Looks Like Life itu sebenarnya berdiri sejak 2010, awalnya bukan store. Dia brand, brand baju, kaos, jaket, sama appareal lainnya. Setelah 4 tahun bergerak di bidang brand di tahun 2014 bikin store. Awalnya brand habis gitu berubah jadi store. Visi sama misinya gini aku mau bring local to global. Barang - barang yang disini itu saya setarakan antara brand luar negeri dan brand local. Mengedukasi orang Surabaya kalau brand - brand local itu ndak kalah keren.”

3. Bagaimana LLL mempositioning kan diri ?

“Kalau di Surabaya itu industri kayak gini belum banyak yang main. Saya sendiri memposisikan LLL itu dengan banyak diferensiasi, dari segi konsep, barang, atau produk. Kalau di Surabaya kan banyakya distro, saya lebih ke concept store gitu.”

4. Siapa saja yang termasuk segmentasi user dari produk LLL ?

5. Bagaimana cara LLL akhirnya menentukan segmentasinya ?

“Mulai awal sudah aku kotakkan untuk mencari segmentasinya, remaja menengah keatas. Biar storenya jadi nggak ngawur dan sembarangan jual produk gitu.”

6. Perlukah untuk menjadi produsen yang fokus dengan kebutuhan satu segmentasi (seperti outfit ya outfit saja), atau memaksakan untuk menjawab seluruh kebutuhan user ?

“Kalau sebagai permulaan, kita harus fokus dulu ke satu produk. Untuk membangun identitas, jangan jadi buyes/obralan. Untuk memposisikan diri juga. Kalau bisnis di apparel, yaudah fokus dulu disitu.”

7. Apa saja hal – hal yang dicari atau dibutuhkan user terhadap produk LLL ?
(fashion)

“Kalau aku lihat itu mereka lebih butuh ke brand, ingin di akui juga. Barang branded. Walau harganya sedikit agak mahal namun berkualitas. Nggak ngelihat harga yang penting kualitas.”

8. Masalah – masalah apa yang paling sering dihadapi LLL selama mengatasi hal tersebut ?

“Masalahnya yaa di demand di Surabaya untuk produk seperti ini itu masih kurang. Jadi saya nggak ngejagain masyarakat Surabaya ajah, saya akhirnya juga nembak masyarakat luar Sruabaya. Mungkin karna mereka belum teredukasi sama brand-brand ini”

9. Apa saja value atau keunikan lebih yang dijual ke user sebagai daya tarik dari LLL jika dibandingkan dengan produk pesaing ?

“Kita lebih cari kebanggaan buat pake appareal dari LLL sendiri. LLL sendiri nggak pernah buat produk massal, maksimal itu 3 lussin. Itu pun untuk seluruh Indonesia. Jadi ada gengsi bagi konsumen menggunakan produk LLL. Kita juga lagi ada semacam campaign gitu, kalau beli produknya LLL berarti konsumen itu menyumbangkan 5% rupiahnya buat seniman local”

10. Perlukah bagi sebuah produk untuk memiliki atau juga menjual nilai edukasi atau dampak positif untuk usernya ?

“Itu penting banget, perlu banget. Karna desain itu nggak cuman menyelesaikan masalah, tapi juga harus memiliki nilai lebih dan mengedukasi.”

11. Bagaimana proses kreatif itu terjadi dari produk sampai ke tangan user ? (ex : kerjasama brand, promosi, event, dll)

“Basic sih, kita berkolaborasi sama brand – brand lain. Istilahnya itu silang market lah. Selama ini kita lakuin sih kolaborasi sama mural street artist. Itu salah bentuk support kita sama grafiti local juga, karya mereka itu bisa dinikmati orang dengan di print di kaos. Event juga selalu kita adain, buat brand awareness, buat orang itu yang udah ngerti makin ngerti, dan yang belum ngerti jadi ngerti”

12. Jika melihat dari negara luar, bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ?

“pernah baca artikel dari Wahyu aditya, soal icon. Dia mengedukasi wilayah-wilayah pariwisata untuk memiliki icon, yang dimana icon itu bisa dijadikan merchandise kan, terus bisa dijual oleh ukm-ukm disitu, bisa menambah income kota itu juga jadinya. Support ukm kecil disitu. Mungkin kalau indonesia butuh proses dan usaha lebih, dilihat kitanya sendiri ajah bangga nggak pake produk sendiri.”

13. Adakah saran/kritik bagi perancangan desain sovenir kaos Pulau Bawean ?

“Sebenranya konsep dasarnya kan aku nggak tau, cuman kalau bisa kasih masukan. Mempertahankan kontinuitis ajah, jangan setahun ada, kemudian seterusnya nggak ada. Kalau bisa jangan bawean ajah, soalnya kontennya udah seru, coba cari kota-kota lain. Dan yang penting jangan ndisain alay, kasian negaramu”

Berdasarkan jawaban dan tanggapan narasumber diatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa dalam langkah mendesain kaos, sangat perlu memperhatikan kebutuhan user dan menanamkan identitas diri yang kuat. Desain kaos yang baik adalah yang tidak hanya menjual brand namun juga dapat memberi nilai atau dampak positif pada penggunanya. Desainer juga harus jeli melihat kebutuhan pasar dan menganalisis sistem marketingnya agar mampu bertahan di bawah tekanan pesaing. Dalam mencapai tujuan merancang desain souvenir kaos, narasumber memberi beberapa masukan untuk mengeksplor konten lain, tidak hanya Pulau Bawean. Dan desain yang dihasilkan agar sangat diperhatikan bentuk aspek visualnya, agar masyarakat sendiri bangga menggunakan dan berharap wisatawan mancanegara juga senang memilikinya. Untuk kedepannya, narasumber berharap project ini tidak hanya berhenti sampai sebagai tugas akhir, namun berkelanjutan.

4.2.3 Observasi ke event Apperal Indie Cloth Surabaya 2016



Gambar 0.5 Wawancara dengan Dimas Priambodo
Sebagai pemilik clothing line brand “Hooligans”
(Sumber : Zaghirah, 2016)

Informan : Hooligans
Nama : Dimas Priambodo
Jabatan : Owner
Hari/Tanggal : 2 April 2016
Pukul : 18.15

1. Apa itu Hooligans ?

“Hooligans yaa brand apperal indie hasil tangan karya Indonesia yang kita dirikan 2007. Konsepnya sih kita membantu remaja yang gemar dengan olahraga khusunya bola untuk mendukung fansnya. Produk – pdoruk kasual kita ya ini sangat berdekatan dengan olahraga dan bola.”

2. Bagaimana Hooligans mempositioning kan diri ?

“yang jelas kita memiliki desain yang dirasa terbaik untuk football wear concept ini. Kita kembali kedesain retro saat football club berjaya, jadi ada riset nya kita memproduksi

produk kita ini. Sehingga jelas posisinya, kalau ada yang mencari kaos football wear yaa ke Hooligans. Menurut aku sih mendesain kaos atau apparel itu boleh ajah ikut sama tren fashion yang ada, tpai ingat fashion itu ndak akan ada habisnya, dan akan berputar. Kebanyakan desain Hooligans itu classic retro gitu, tapi yang menyukai juga akan tetap ada kok. Yang penting konsisten dengan image yang dibangun”

3. Siapa saja yang termasuk segmentasi user dari produk Hooligans ?

“remaja yang jelas, yang mencintai dunia olahraga, football, basket. Karena menurut saya, bola selalu memiliki pecinta dan konten yang tiada matinya karena selalu menarik untuk diikuti”

4. Apa saja hal – hal yang dicari atau dibutuhkan user terhadap produk Hooligans ? (fashion)

“kalau konsumen kita sih yang paling dicari jelas produk baru, dan team bola favorit mereka. Kalau soal desain, kebanyakan mereka lebih memilih yang tersimple, seperti permainan typografi saja, atau ikon ikon. Kalau selama pengamatan saya di event ini sih pengunjung yang pertama melihat brand favorit mereka, baru berkeliling mencari hal unik dan menarik lainnya. Pengunjung Indie Cloth Surabaya ini sangat bervariasi dan sangat obyektif”

5. Jika melihat dari negara luar, bagaimana pendapat soal kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ?

6. Adakah saran atau kritik untuk kegiatan pariwisata terkait visual merchandising di Indonesia ?

“Menarik ini ide tugas akhirnya, karena menurutku sih masih jarang banget anak muda yang melihat peluang besar tentang pariwisata Indonesia dari sisi lain, biasanya kan yaa foto, atau travel guide, kalau bikin souvenir yang bener – bener keren sih

yaa menarik. Dibandingkan dengan diluar negeri, mungkin pariwisata kita nggak kalah, tapi dampak ekonominya dengan adanya pariwisata itu menurutku nggak sebesar diluar negeri yaa. Kalau kemarin aku ke Korea, mereka udah kelihatan siap banget, penjualnya walaupun masyarkat sekitar, tapi hasil produksi mereka bener bener oke banget.”

Berdasarkan jawaban dan tanggapan narasumber diatas, dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa dalam langkah mendesain kaos, sangat perlu memperhatikan kebutuhan user dan menanamkan identitas diri yang kuat, harus berbeda. Memproduksi kaos bukan hanya tentang bagaimana kaos itu didesain dan dipasarkan, lebih dari itu. Desainer harus mengetahui betul kebutuhan pasarnya, berdiri dengan identitas yang berbeda. Boleh mengikuti perkembangan fashion, namun tetap harus memiliki identitas brand yang kuat, karena apabila mengikuti perkembangan fashion yang ada, tak akan ada habisnya.

Dalam mencapai tujuan merancang desain souvenir kaos, narasumber memberi beberapa masukan untuk selalu berkiblat pada kebutuhan pasarnya, namun sebagai desainer tidak menutup kemungkinan untuk menerjemahkan kebutuhan itu kedalam desain yang menarik sehingga apa yang ingin ditunjukkan disukai konsumennya.

4.2.4 Kuesioner kepada 100 responden

1.	Fokus Penelitian	Data terkait identitas dari user untuk mengetahui segmentasi pasar. Terkait rentang usia, tempat tinggal, pekerjaan, pengeluaran tiap bulan
	Pertanyaan	1. Jenis kelamin 2. Umur 3. Domisili (kota/kabupaten) ? 4. Pekerjaan 5. Pendidikan terakhir 6. Pendapatan per bulan (Rupiah)
	Hasil	Usia : 85% usia 18 - 25 tahun

		Jenis kelamin : laki – laki dan perempuan Domisili : tinggal diperkotaan Jawa Pengeluaran : ± Rp 500.000 – Rp 2.000.000 perbulan Pendidikan : SMP, SMA, S1 Pekerjaan : 89,3 % adalah mahasiswa
2.	Fokus Penelitian	Ketertarikan responden terhadap kegiatan wisata. Opini responen tentang kesukaannya terhadap kegiatan wisata
	Pertanyaan	1. Berapa kali dalam setahun anda mengunjungi tempat wisata ? 2. Kemana paling sering anda berlibur ?
	Hasil	39,6% menyukai untuk berwisata, dalam setahun mereka dapat mengunjungi lebih dari 4 objek wisata. Dan tempat yang sering mereka kunjungi adalah pantai.
3.	Fokus Penelitian	Opini responen tentang wisata Pulau Bawean dan pengetahuan mereka terhadap Pulau Bawean
	Pertanyaan	1. Apakah anda mengetahui pulau bawean dan wisatanya ? 2. Darimana paling banyak anda mengetahui informasi pulau bawean dan wisatanya ?
	Hasil	53,6% mengetahuin tentang Pulau Bawean dan wisatanya, mereka mengetahuinya dari sosial media/internet
4.	Fokus Penelitian	Opini responen tentang wisata Pulau Bawean dan pengetahuan mereka terhadap Pulau Bawean
	Pertanyaan	1. Apa yang membuat anda tertarik untuk berwisata pulau bawean ? 2. Menurut anda objek wisata yang menjadi ciri khas pulau bawean adalah ?
	Hasil	Sebanyak 104% wisatawan menyukai wisata

		alam bawah laut dari Pulau Bawean. Dan menurut mereka wisata Pulau Gili dan Gili Noko adalah hal yang menjadi ciri khas dari Pulau Bawean
5.	Fokus Penelitian	Opini responden terkait tentang kebutuhan dan ketertarikan wisatawan dengan souvenir kaos
	Pertanyaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda seberapa penting kebutuhan souvenir pada objek wisata ? 2. Apakah anda termasuk yang gemar membeli souvenir sebagai oleh - oleh setelah mengunjungi objek wisata ? 3. Souvenir jenis apa yang menarik untuk anda ? 4. Berapa harga yang dapat anda keluarkan untuk membeli souvenir (kaos) ? 5. Apa yang menjadi perhatian anda saat membeli souvenir kaos ? 6. Desain kaos seperti apa yang anda sukai ?
	Hasil	72% responden beranggapan bahwa souvenir sangatlah penting, dan mereka juga gemar membeli souvenir dari objek wisata yang mereka kunjungi. 108% responden tertarik dengan souvenir kaos, mereka mampu mengeluarkan uang sejumlah Rp 50.000 – Rp 250.000. Selama membeli souvenir kaos yang mereka inginkan, responden akan sangat memperhatikan desainnya, kemudian baru bahan kaosnya, harga, dan model kaosnya. Desain yang mereka sukai berupa visual melalui pendekatan ilustrasi.
6.	Fokus Penelitian	Opini responden terkait tentang harapan responden sebagai wisatawan pada desain kaos souvenir Pulau Bawean

	Pertanyaan	<p>1. Menurut anda apakah souvenir kaos bisa membantu masyarakat untuk mengenali Pulau Bawean ?</p> <p>2. Konten apa yang anda harapkan ada pada desain kaos Pulau Bawean ?</p>
	Hasil	<p>97,9% responden sependapt bahwa souvenir kaos mampu membantu masyarakat luas untuk mengenali Pulau Bawean, dan beberapa konten yang paling menjadi daya tarik bagi responden adalah tentang pemandangan alamnya.</p>

Tabel 0.1 Tabel Hasil Riset Kuisioner

(Sumber : Zaghirah, 2015)

4.3 Analisis Data/Hasil Riset

4.3.1 Analisa Stakeholder

Berikut ini adalah hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan dengan Bapak Imran Rasyidi, S.Sos Sebagai Kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean Pihak pengelola Objek Ekowisata Pulau Bawean telah melakukan pengembangan bertahap untuk internal dan eksternal. Dalam rangka pengembangan kualitas, pihak pengelola Objek Ekowisata Pulau Bawean dituntut untuk melakukan perubahan yang positif pada setiap tahap. Tujuan dari perubahan tersebut adalah pengembangan citra dan kepercayaan kepada wisatawan..

Menurut ketua UPT Objek Ekowisata Pulau Bawean, Objek Ekowisata harus dicitrakan sebagai kawasan ekowisata lingkungan yang tidak hanya menyuguhkan keindahan alanya saja namun juga dapat mengedukasi wisatawannya. Namun tidak adanya peran souvenir pada pada Objek Ekowisata Pulau Bawean menjadi nilai minus dari sebuah destinasi ekowisata seperti Pulau Bawean ini. Wisatawan tidak dapat sepenuhnya merasa puas saat berwisata di Pulau Bawean

Kesadaran akan pentingnya peran dari souvenir baik bagi wistawan dan masyarakat lokal sudah dirasakan dan diakui oleh pihak stakeholder, namun stakeholder belum dapat memaksimalkannya dengan baik terbukti dari banyaknya keinginan kuat dan harapan tentang keberadaan store yang menjual souvenir Pulau Bawean yang belum terlaksana. Sehingga pihak stakeholder sangat mendukung untuk diadakannya perancangan sebuah merchandise Pulau Bawean yang menarik dan unik serta dibutuhkan oleh wisatawannya dan nantinya dapat menjadi souvenir unggulan Pulau Bawean.

Selain itu, pihak stakeholder sudah memberikan tanggapan mengenai unsur-unsur atau konten Pulau Bawean yang dapat dijadikan sebagai konten visual dari souvenir kaos nantinya dan dapat mempresentasikan keunggulan dan karakteristik dari Pulau Bawean itu sendiri yang didominasi dengan pemandangan bahari yang alami dan menyegarkan. Kedua adalah unsur edukasi, bahwa Objek Ekowisata Pulau Bawean merupakan sarana penelitian yang hasilnya dapat menyentuh kebutuhan masyarakat secara langsung dan pendidikan yang kaya akan ilmu pengetahuan serta peduli akan lingkungan hidup. Unsur lainnya adalah

selain alamnya masih asli namun juga memiliki tradisi adat budaya yang masih kuat dan menarik untuk diangkat.

Pihak Stakeholder juga menginginkan souvenir kaos nantinya didesain dengan mengikuti tren fashion dan memperhatikan aspek kenyamanan sehingga wisatawan yang membeli souvenir kaos tersebut nantinya tidak malu mengenakannya, dan menambah rasa percaya diri, sehingga secara tidak langsung Pulau Bawean akan semakin dikenal dengan kesan positif. Hal – hal tersebut merupakan bagian dari harapan Stakeholder mengenai Objek Ekowisata Pulau Bawean.

Bapak Imran, Kepala bidang Pariwisata Kabupaten Gresik dalam wawancara dengan peneliti juga menyatakan bahwa Pemerintah Daerah Gresik sudah berupaya melakukan promosi wisata di Kabupaten Gresik khususnya terhadap objek-objek wisata yang ada di Pulau Bawean, namun belum ada media yang efektif yang dapat dijadikan alat strategi khusus yang dilakukan dalam langkah promosi karena adanya beberapa kendala. Kendala-kendala tersebut antara lain :

- (1) Minimnya anggaran dana yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Gresik untuk mempromosikan objek-objek wisata di Pulau Bawean,
- (2) Belum banyaknya investor atau penanam modal yang berminat untuk berinvestasi,
- (3) Lokasi Pulau Bawean yang cukup sulit dijangkau, transportasi juga masih sulit
- (4) Kurangnya pembangunan secara maksimal pada sarana dan prasarana untuk wisatawan di tiap objek-objek wisata di Pulau Bawean.

Dalam Laporan fakta Analisa Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Gresik Tahun 2008 - 2018 dijelaskan bahwa dari objek - objek wisata di Gresik telah dikembangkan atau diberdayakan, hanya sekitar 40% saja yang mampu mendatangkan wisatawan domestik dan manca negara dalam jumlah yang cukup banyak.²⁹ Itupun didominasi oleh wisata pantai saja, sedangkan objek-objek wisata lain yang mempunyai prospek potensial yang besar untuk

²⁹ Sumber : <https://www.mediabawean.net>

mendatangkan wisatawan, seperti keindahan bawah laut Pulau Bawean dan wisata budaya belum banyak disentuh oleh investor.

Sebagai landasan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif - kualitatif. Deskriptif yaitu penafsiran data yang dilakukan dengan penalaran, sedangkan kualitatif yaitu menganalisa unsur-unsur desain yaitu teks, huruf, ilustrasi, dan warna dalam hubungannya dengan prinsip ilustrasi dan prinsip - prinsip desain yang baik yaitu kesatuan (unity), keseimbangan (balance), dan keserasiannya (harmony).

Setelah data-data yang dibutuhkan telah terkumpul, baik dengan metode wawancara, observasi, kepustakaan dan dokumentasi, maka data akan dianalisa berdasarkan metode deskriptif - kualitatif. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisa data tersebut selesai dilaksanakan maka dibuat beberapa rancangan souvenir kaos yang tepat dengan kriteria yang telah ditentukan.

Analisa data pada bahasan ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu analisa bentukan desain, bahan/materian, dan analisa model. Data diambil dari hasil wawancara mendalam dan observasi di UPT Pulau Bawean.

4.3.2 Analisa Desain

Sebelum membahas tentang bentukan keseluruhan desain, perlu ditentukan terlebih dahulu apakah gaya gambar yang tepat untuk souvenir kaos Pulau Bawean. Ditinjau dari konten yang ada Pulau Bawean, objek wisatanya dapat dieksplor berdasarkan banyak gaya gambar namun berdasarkan hasil kuesioner didapat bahwa responden menyukai desain kaos dengan menggunakan pendekatan visual ilustrasi kemudian tipografi dan yang terakhir gambar berupa foto. Ilustrasi yang digunakan beragam, mulai dari ilustrasi bergaya vector dan manual. Dan nantinya akan dieksekusi menggunakan tone warna yang menarik dan tidak terlalu panas. Eksplorasi gaya gambar dapat memperbanyak variasi desain untuk setiap series. Ilustrasi yang divisualkan harus dapat menyampaikan pesan dan mengimpresasikan keunikan Pulau Bawean, tidak menggunakan gaya gambar abstrak yang cenderung susah di pahami. Desainnya juga dapat digunakan unisex (laki-laki dan perempuan).

4.3.3 Analisa Kaos

a. Gaya Visual

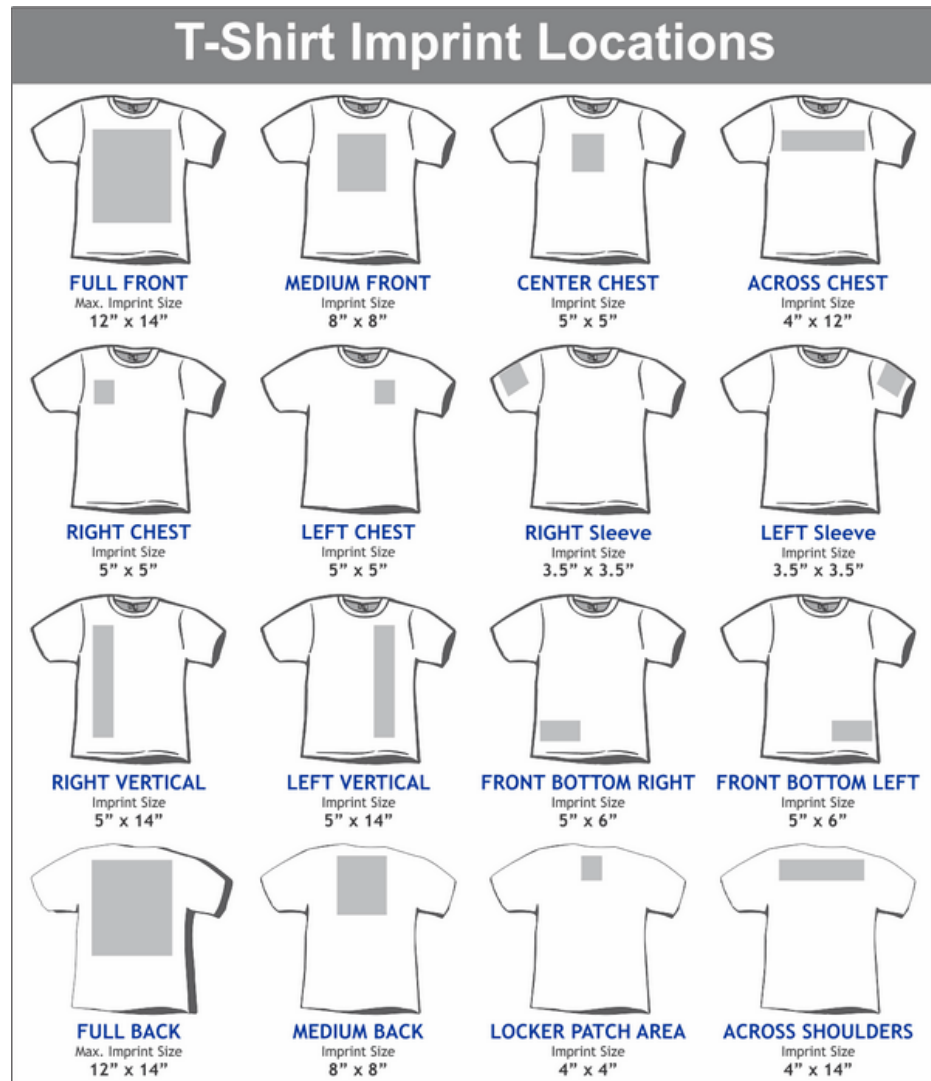
Dalam merancang desain souvenir kaos juga akan dilakukan eksplorasi dalam gaya visual. Dalam 1 series kaos akan di desain dengan 10 alternatif gaya gambar yang menarik.

b. Model

Dalam merancang desain souvenir kaos juga akan dilakukan eksplorasi dalam model/jenis kaos. Beberapa kaos yang sering diproduksi di pasaran seperti kaos oblong akan menjadi model terbanyak yang di produksi. Karena pemilihan model juga menjadi pertimbangan responden dalam membeli souvenir kaos nantinya. Souvenir kaos Pulau Bawean ini juga akan diproduksi dengan model kaos tanpa lengan (atau lebih dikenal kaos kutungan), juga polo shirt. Model kaos yang diproduksi juga mempengaruhi desain yang dibuat.

c. Layout

Layout nantinya mengacu pada standart imprint location sebagai acuan dalam menentukan layout kaos dan mempermudah proses produksi



Gambar 0.6 Layout / Area Cetak Kaos
(Sumber : Zaghirah, 2016)

d. Ukuran

Layout nantinya mengacu pada standart ukuran cetak kaos sebagai acuan dalam menentukan size kaos dan mempermudah proses produksi.



Gambar 0.7 Ukuran Kaos

(Sumber : Zaghirah, 2016)

e. Teknis : teknik cetak/sablon, tinta sablon, bahan/material

Bahan/material kaos yang bagus akan sangat mempengaruhi ketertarikan wisatawan untuk membeli souvenir kaosnya. Bahan yang dingin menjadi tren kaos saat ini. Nantinya souvenir kaos yang dirancang menggunakan bahan/material bamboo cotton yang memiliki keunggulan berbahan dingin dan ringan, tidak kasar, dan harganya relatif bisa dijangkau. Bahan/material ini juga tidak mudah berganti warna. Alternatif lain dari material souvenir kaos Pulau Bawean ini adalah Gildan, dimana model Gildan memiliki keunikan tidak ada jahitan samping, sehingga akan menampilkan kesan lebih press body dan rapih.

BAB V

KONSEP DESAIN

5.1 Penelusuran Masalah

5.1.1 Kebutuhan wisatawan mengenai souvenir kaos Pulau Bawean

Pulau Bawean memiliki potensi wisata alam dan budaya yang sangat besar, namun belum sepenuhnya digarap oleh pemerintah. Pengelolaan yang dilakukan oleh pihak stakeholder terhadap Pulau Bawean belum maksimal. Dari berbagai aspek pariwisata, souvenir menjadi yang paling jauh perkembangannya. Sampai saat ini, Pulau Bawean tidak memiliki souvenir atau oleh-oleh yang menarik yang dibutuhkan oleh wisatawan. Beberapa souvenir kaos pernah dibuat namun hal tersebut juga tidak membantu wisatawan mendapatkan souvenir yang mereka inginkan, karena kebanyakan souvenir tersebut dibuat berdasarkan pesanan (preorder), dan desainnya jauh dari standart sehingga wisatawan enggan membeli souvenir Pulau Bawean. Sedangkan souvenir kaos sendiri memiliki kesan yang sangat penting untuk menarik wisatawan. Souvenir kaos yang menarik, unik, dan dibutuhkan wisatawan akan mendatangkan keuntungan juga bagi pariwisata Pulau Bawean.

5.1.2 Stakeholder Pulau Bawean

Penentuan konsep desain dari perancangan ini diperoleh dengan menghubungkan antara kebutuhan dan keinginan yang diperoleh dari berbagai aspek yang didapat dengan menggali informasi melalui para stakeholder dari Objek Ekowisata Pulau Bawean. Sebagai pengelola utama, Kepala UPT Pariwisata Pulau Bawean sebagai pelaksa teknis karena pengelola akan lebih mengerti kepribadian dalam Objek Ekowisata Pulau Bawean dan citra yang ingin ditunjukkan. Souvenir yang dirancang harus mampu menjawab kebutuhan wisatawan dan ada timbal balik kepada masyarakatnya Pulau Bawean.

Dalam menentukan konsep desain dan kebutuhan souvenir Pulau Bawean yang juga sangat diharapkan stakeholder keberandaannya, penulis

mengkaji kompetitor objek ekowisata yang dijadikan sebagai pembanding keberhasilan dari penciptaan souvenir kaos Objek Ekowisata Pulau Bawean. Sedangkan keinginan saouvenir kaos yang akan dibentuk diperoleh dari hasil penggalian aspek-aspek positif yang diperoleh dari target audiens internal dan harapan yang diperoleh dari target audiens eksternal tentang apa yang diinginkan dari sebuah objek ekowisata.

Selain peran dari stakeholder pandangan masyarakat dan wisatawan Objek Ekowisata Pulau Bawean.menjadi acuan dalam mengambil kesimpulan desain. Dari berbagai sudut pandang stakeholder dan masyarakat yang telah diperoleh, maka akan dilakukan suatu pengolahan data visual dan pengaplikasian referensi visual yang kemudian akan dikembangkan dalam berbagai alternatif contoh desain perancangan souvenir kaos Objek Ekowisata Pulau Bawean.

Setelah menemukan kriteria kaos yang dibahas diatas, maka disusunlah konsep souvenir kaos untuk Objek Ekowisata Pulau Bawean, antara lain :

- 1) Menggabungkan beberapa tren kaos dengan brand maupun kaos souvenir, karena akan sangat membantu menemukan apa yang sedang disukai oleh audience terhadap desain kaos.
- 2) Menggunakan bahan atau material yang nyaman, sehingga apa yang dikeluarkan oleh wisatawan sebanding dengan yang didapat.

5.2 Target Audience

Usia : usia 18 - 25 tahun
 Jenis kelamin : seimbang antara laki-laki dan perempuan
 Domisili : domestik dan mancanegara
 Penghasilan perbulan: ± Rp 500.000 – Rp 3.000.000 perbulan
 Pendidikan terakhir : SMA, D3, S1
 Pekerjaan : pelajar/mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, pegawai swasta, dll

5.3 AIO

a. Karakteristik aktivitas

- Sering bepergian bersama teman saat waktu luang ke mall maupun café
- Informasi sering didapat melalui sosial media
- Sering kali meluangkan waktu dalam musim libur untuk bermain di pantai bersama teman dan keluarga

b. Karakteristik minat

- Lebih sering berkumpul dengan teman yang memiliki minat yang sama
- Menyukai fashion, terlebih fashion yang simple dan nyaman
- Lebih tertarik pada brand local, seperti PSD, Crooz, dll
- Menggunakan uangnya untuk keperluan fashion, kuliner, dan alat teknologi

c. Karakteristik opini

- Menengok sejarah dan masa lalu dianggap sangatlah penting untuk menginstropeksi diri
- Mengikuti perkembangan zaman sangatlah penting guna meningkatkan kualitas

d. Positioning

Tshirt original merchandise Pulau Bawean yang mampu menjadikan bagi para pengguna ataupun pemakainya untuk lebih bangga dan merasa stylist/fashionable jika di pergunakan ketika beraktifitas sehari – hari, karena tshirt merchandise Pulau Bawean ini akan lebih terlihat eksklusif jika dipakainya.

e. Karakteristik unik

Pada dasarnya Pulau Bawean merupakan salah satu destinasi ekowisata yang menjadi unggulan pariwisata Jawa Timur yang memiliki

potensi alam tak kalah dengan objek ekowisata lain sebut saja Karimun Jawa. Keanekaragaman hayati menjadi potensi yang sangat menjual dan dimintai oleh wisatawan. Berbeda dengan objek ekowisata lain, Pulau Bawean memiliki karakter unik. Berdasarkan hasil pengamatan selama observasi terhadap Pulau Bawean, berikut beberapa keunikan yang dimiliki oleh Bawean :

1. Pulau Bawean juga sebagai tempat berkembang biak hewan endemik Rusa Bawean
2. Mayoritas Pulau Bawean adalah beragam islam, menjunjung tinggi nilai kekeluargaan
3. Nama Pulau Bawean juga sangat dikenal di Singapura maupun Malaysia, karena banyak penduduk Pulau Bawean yang hidup dan berkembangbiak mencari nafkah di negara tersebut

Dan masih banyak lagi keunikan dan keunggulan Pulau Bawean yang dapat menjadi daya jual tersendiri bagi wisatawan jika dimaksimalkan.

f. USP

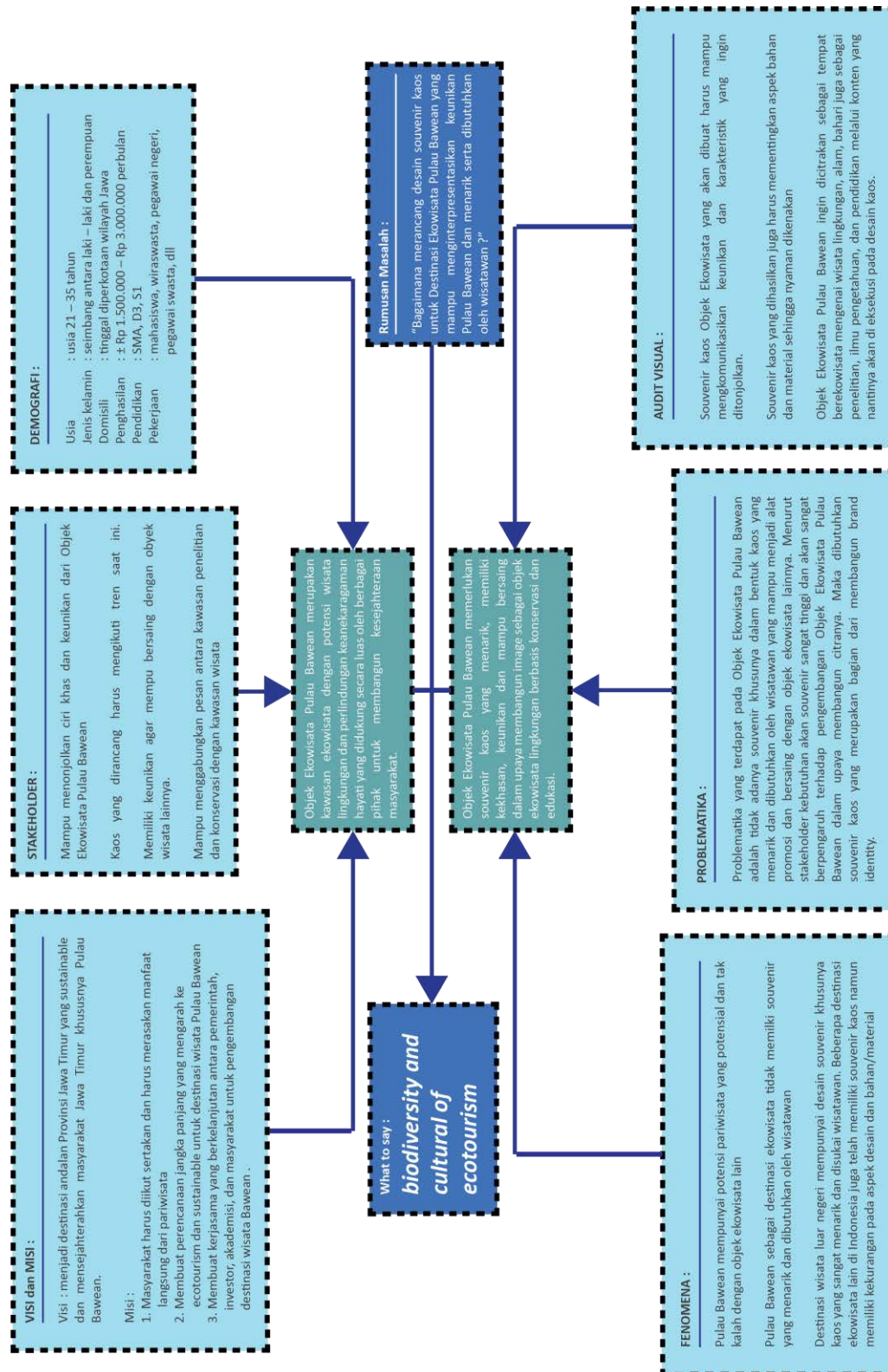
1. Pulau Bawean merupakan destinasi ekowisata Pulau Bawean unggulan Jawa Timur
2. Potensi alam Pulau Bawean mampu bersaing dengan objek ekowisata lain di Indonesia
3. Pulau Bawean memiliki budaya lokal yang tak kalah menjual dibandingkan bentang alamnya

5.4 Konsep Desain

Konsep yang ditawarkan adalah media yang mengkombinasikan antara kreativitas dan disesuaikan dengan karakteristik target audiencenya yang diaplikasikan pada berbagai desain dari beberapa kategori media merchandise khususnya kaos. Souvenir kaos yang menarik dan dibutuhkan wisatawan akan membantu mengenalkan Pulau Bawean ke masyarakat. Kaos yang didesain tidak dibuat secara asal – asalan, mengikuti tren dan memiliki bahan dan material yang nyaman sehingga wisatawan berkeinginan untuk membeli

5.5 Keyword

Setelah menemukan kriteria desain kaos, dan juga konsep kaos dari hasil pengumpulan data dan analisisnya, maka disusunlah keyword yang menjadi konsep desain souvenir kaos Objek Ekowisata Pulau Bawean.



Bagan 0.1 Keyword
 (Sumber : Zaghirah, 2016)

5.5.1 Definisi keyword

1. Makna Harfiah (denotasi)

Keyword “*Biodiversity and Cultural of Ecotourism*” berasal dari Bahasa Inggris yang memiliki arti harfiah “Ekowisata Keanekaragaman Hayati dan budaya”. Secara keseluruhan, dapat diartikan bahwa Objek Ekowisata Pulau Bawean merupakan kawasan ekowisata yang berkonsentrasi pada wisata lingkungan dengan keanekaragaman hayati dan budaya yang tinggi. Sesuai dengan tujuan utama Objek Ekowisata Pulau Bawean yaitu kawasan pelestarian alam yang dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya, pariwisata dan rekreasi mengenai alam dan lingkungannya.

2. Makna Konotasi

Makna konotasi dari keyword “*Biodiversity and Cultural of Ecotourism*”, adalah menggambarkan sebuah identitas dari Objek Ekowisata Pulau Bawean dengan konsep ekowisata berbasis konservasi keanekaragaman hayati dan budaya. Pulau Bawean merupakan tempat berekowisata yang kaya akan keanekaragaman hayati juga memiliki potensi bahari yang indah sebagai tempat konservasi beberapa flora dan fauna endemik Pulau Bawean. Pulau Bawean juga kaya akan ilmu pengetahuan khususnya pengetahuan lingkungan. “*Ecotourism*” digunakan sebagai gambaran umum mengenai kegiatan ekowisata yang akan sangat cocok dilakukan di Pulau Bawean. Konsep dari keyword ini diharapkan mampu memperlihatkan keunggulan dan keunikan dari Objek Ekowisata Pulau Bawean.

5.5.2 Keterangan Keyword :

What to say :

“Biodiversity and Cultural of Ecotourism”

a. Visi dan Misi

Visi : menjadi destinasi andalan Provinsi Jawa Timur yang sustainable dan mensejahterahkan masyarakat Jawa Timur khususnya Pulau Bawean.

Misi :

1. Masyarakat harus diikut sertakan dan harus merasakan manfaat langsung dari pariwisata
2. Membuat perencanaan jangka panjang yang mengarah ke ecotourism dan sustainable untuk destinasi wisata Pulau Bawean
3. Membuat kerjasama yang berkelanjutan antara pemerintah, investor, akademisi, dan masyarakat untuk pengembangan destinasi wisata Bawean .

b. Stakeholder

Rangkuman dari hasil wawancara dengan para stakeholder menghasilkan beberapa poin antara lain :

- Mampu menonjolkan ciri khas dan keunikan dari Objek Ekowisata Pulau Bawean
- Kaos yang dirancang harus mengikuti tren saat ini.
- Memiliki keunikan agar mampu bersaing dengan obyek wisata lainnya.
- Mampu menggabungkan pesan antara kawasan penelitian dan konservasi dengan kawasan wisata

Kesimpulan dari visi, misi dan Stakeholder :

Objek Ekowisata Pulau Bawean merupakan kawasan ekowisata dengan potensi wisata lingkungan dan perlindungan keanekaragaman hayati yang didukung secara luas oleh berbagai pihak untuk membangun kesejahteraan masyarakat dengan mengembangkan potensi alam dan kualitas layanan pariwisatanya.

c. Fenomena

Berikut adalah fenomena yang mendasari perancangan souvenir kaos Objek Ekowisata Pulau Bawean :

- Pulau Bawean mempunyai potensi pariwisata yang potensial dan tak kalah dengan objek ekowisata lain
- Pulau Bawean sebagai destinasi ekowisata tidak memiliki souvenir yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan
- Destinasi wisata luar negeri mempunyai desain souvenir khususnya kaos yang sangat menarik dan disukai wisatawan. Beberapa destinasi ekowisata lain di Indonesia juga telah memiliki souvenir kaos namun memiliki kekurangan pada aspek desain dan bahan/material

d. Problematika

Problematika yang terdapat pada Objek Ekowisata Pulau Bawean adalah tidak adanya souvenir khususnya dalam bentuk kaos yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan yang mampu menjadi alat promosi dan bersaing dengan objek ekowisata lainnya. Menurut stakeholder kebutuhan akan souvenir sangat tinggi dan akan sangat berpengaruh terhadap pengembangan Objek Ekowisata Pulau Bawean dalam upaya membangun citranya. Maka dibutuhkan souvenir kaos yang merupakan bagian dari membangun brand identity.

e. Audit Visual

Audit visual adalah fenomena yang ada terkait permasalahan visual Objek Ekowisata Pulau Bawean. Beberapa hasil audit visual adalah sebagai berikut :

1. Souvenir kaos Objek Ekowisata yang akan dibuat harus mampu mengkomunikasikan keunikan dan karakteristik yang ingin ditonjolkan.
2. Souvenir kaos yang dihasilkan juga harus mementingkan aspek bahan dan material sehingga nyaman dikenakan

3. Objek Ekowisata Pulau Bawean ingin dicitrakan sebagai tempat berekowisata mengenai wisata lingkungan, alam, bahari juga sebagai penelitian, ilmu pengetahuan, dan pendidikan melalui konten yang nantinya akan di eksekusi pada desain kaos.

Kesimpulan dari fenomena, problematika dan audit visual :

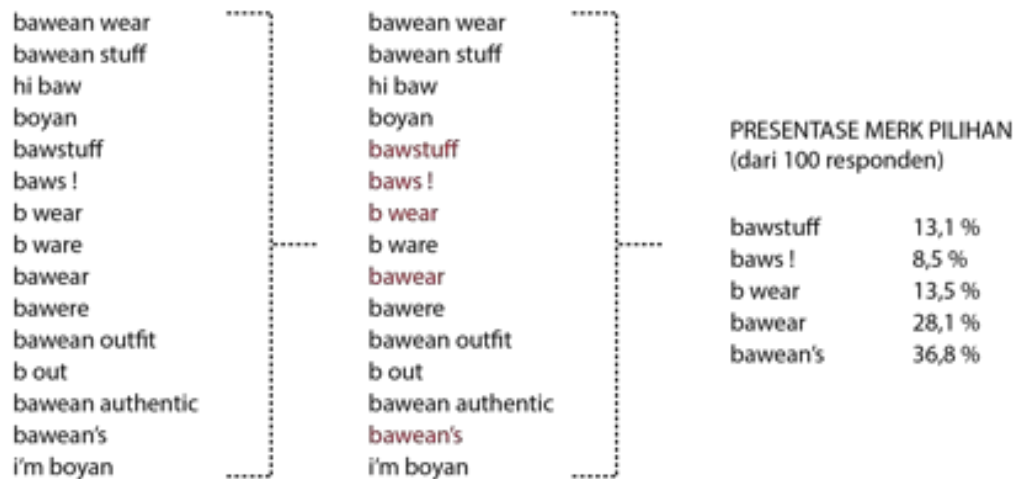
Objek Ekowisata Pulau Bawean memerlukan souvenir kaos yang menarik dan dibutuhkan oleh wisatawan, memiliki kekhasan, keunikan memiliki value, mencerminkan keunggulan Pulau Bawean, dan daya pembeda yang jelas dalam upaya membangun image sebagai objek ekowisata lingkungan berbasis konservasi dan edukasi.

f. Rumusan Masalah

Dapat dirumuskan masalah pada perancangan ini yaitu, “Bagaimana merancang desain souvenir kaos untuk Destinasi Ekowisata Pulau Bawean yang mampu menginterpretasikan keunikan Pulau Bawean dan menarik serta dibutuhkan oleh wisatawan ?”

5.5.3 Label/Brand

*memilih merk untuk visual merchandise Pulau Bawean
dari 100 responden*



BAWEAN'S
visual merchandising Bawean Island

Bagan 0.2 Proses Mendapatkan Brandmark
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.6 Logo

Logo sebagai identitas visual merupakan aset penting sebuah perusahaan disamping produk yang dijual. Logo merupakan simbolisasi dari keunggulan suatu perusahaan yang termanifestasi dalam identitas visual. Untuk merancang sebuah logo yang menonjol harus memiliki nilai kekhasan, keunikan dan daya pembeda yang jelas. Logo harus mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang relatif lama. Logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi. Jika sudah memenuhi kriteria yang tepat sebuah logo akan meningkatkan kepercayaan diri entitas internalnya, meningkatkan kredibilitas di depan calon investor dan wisatawan, bisa membantu perubahan pihak pengelola terkait dengan desain logo baru tersebut dan mampu bersaing dengan pesaingnya, oleh karena itu identitas visual

mendapat peran penting dan bernilai tinggi bagi suatu entitas.



Gambar 0.1 Logo Bawean's Visual Merchandise
(Sumber : Zaghirah, 2016)

1. Sistem Grafis



Gambar 0.2 Sistem Grafis Bawean's Visual Merchandise
(Sumber : Zaghirah, 2016)

2. Komparasi dengan logo lain





Gambar 0.3 Logo Bawean's dikomparasikan dengan Brand cloting sejenis
(Sumber : Zaghirah, 2016)

3. Originalitas



Gambar 0.4 Uji Coba Originalitas Logo Bawean's
(Sumber : Zaghirah, 2016)

4. Proporsi Logo dan konfigurasi logo



Gambar 0.5 Proporsi Logo
(Sumber : Zaghirah, 2016)



Gambar 0.5 Konfigurasi Logo
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5. Implementasi Identitas Visual

a. Office Tools dan Kartu Nama



Gambar 0.6 Office Tools dan Kartu Nama
(Sumber : Zaghirah, 2016)

b. Stempel



Gambar 0.7 Stempel
(Sumber : Zaghirah, 2016)

c. Souvenir

Kaos



Gambar 0.8 Kaos
(Sumber : Zaghirah, 2016)

Paperbag





Gambar 0.9 Paper Bag
(Sumber : Zaghirah, 2016)

Mug





Gambar 0.10 Mug
(Sumber : Zaghirah, 2016)

Gantungan Kunci



Gambar 0.11 Jemper
(Sumber : Zaghirah, 2016)

d. Signage






Gambar 0.12 Signage
(Sumber : Zaghirah, 2016)





5.7 Strategi Visual



Strategi visual yang akan muncul dalam kriteria desain memiliki beberapa elemen penting yaitu antara lain adalah elemen – elemen visual seperti ilustrasi, typografi, fotografi, dan juga kombinasi dari ketiga elemen tersebut. Yang nantinya dari beberapa elemen tersebut akan menghadirkan tema atau konten terkait Pulau Bawean. Konten dan tema




tersebut akan dihadirkan dalam sebuah konsep visual yang dapat diaplikasikan kedalam media tshirt tematik nantinya.

Adapun berikut dibawah ini merupakan mapping strategi visual yang akan diangkat pada media tshirt untuk disesuaikan berdasarkan tema atau series tiap – tiap tshirt nantinya.

Series/kon- tent (tema)	Strategi Visual	Elemen Visual
Alam	1. Pantai/Gili : a. Tanjung Gaang b. Pantai Pulau Gili (Timur) c. Pantai Pulau Noko d. Pantai Pulau Noko Selayar e. Pantai Ria f. Pantai Kuburan Panjang g. Pantai Mayangkara h. Pantai Tanjung Kima i. Pantai Gili China j. Pantai Labuhan k. Pantai Nyimas 2. Hutan/Bukit : Daerah Daun 3. Danau Kastoba 4. Air Terjun : Laccar, Kuduk – Kuduk, dan Palomon 5. Konservasi :	Menggunakan unsur elemen ilustrasi dan fotografi menampilkan suasana bentang alam Pulau Bawean   

	<p>Penangkaran Rusa Bawean, Penyu, Terumbu Karang</p> <p>6. Wisata sumber air panas : Sawah Mulya, Taubat di desa Sungai Rujing, dan air panas Kepuh</p> <p>7. Taman Laut</p>	 
Budaya dan Tradisi	<p>1. Sejarah</p> <ul style="list-style-type: none"> a. bor minyak peninggalan Belanda b. sungai raja/sungai raya, guci kuno c. bokor kuningan kuno, candi di Batusendi d. bellik <p>2. Kesenian</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kercengan b. Mandailing c. Pencak Silat d. Dungkah e. Nyalam - Nyalam f. Dikker g. dan Ngoleleng 	 

	<p>Bhebiyen saat Idul Fitri</p> <p>3. Tradisi</p> <ol style="list-style-type: none"> Rasol setelah selesai turun ke sawah Angkatan molod Cukur Jambul Festival Sepak Takraw <p>4. Wisata Religi</p> <ol style="list-style-type: none"> Makam Waliyah Zaenab Makam Panjang (Jherat lanjheng) Makam Umar Mas'ud. 	
Flora dan Fauna	<p>Flora :</p> <ol style="list-style-type: none"> Buah Merah Manggis Salak Jambu Air Digaba Angsana Binong Kenari <p>Fauna :</p> <ol style="list-style-type: none"> Rusa Bawean Kera Abu – Abu Kera Ekor Panjang Burung Pergam Babi Hutan 	 

	<ul style="list-style-type: none"> f. Landak Hutan g. Kaluang h. Burung Pergai i. Burung Walet j. Ayam Hutan k. Ular Phyton dan Ular Pohon 	
Masyarakat at Lokal	<ul style="list-style-type: none"> 1. Suku Boyan 2. Rumah Adat Bawean 3. Dhurung Kuno 4. Kerajinan Tikar 5. Batu Meriam 6. Kerajinan Batu Onyx 7. Senjata Tradisional (pedang dan pisau) 8. Makanan Khas Masyarakat : <ul style="list-style-type: none"> a. Empek- Empek Bawean b. Rujak Bawean c. koncok-koncok d. krupuk posot-posot e. lumping f. petis Bawean 	  
Bahasa	Bahasa Bawean	<ul style="list-style-type: none"> 1. Sapaan 2. Pantun

Tabel 0.1 Strategi Visual
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.8 Strategi Komunikasi

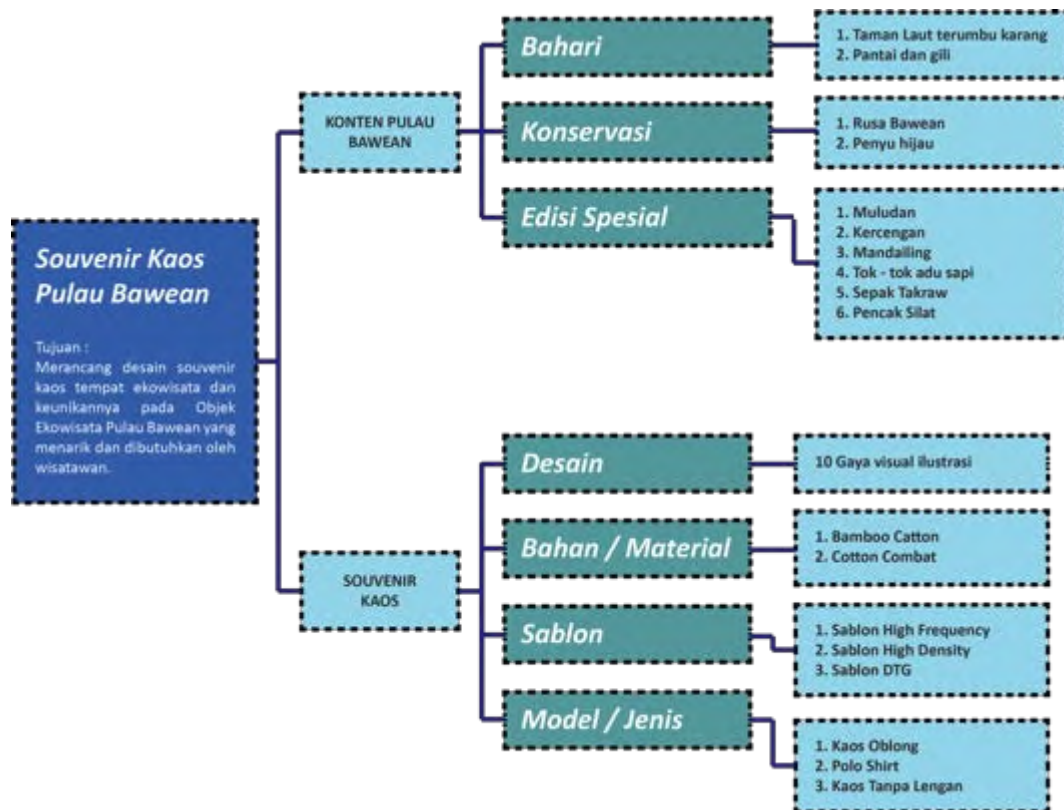
Mencoba untuk mengedukasi wisatawan yang akan berkunjung ke Pulau Bawean dalam hal wisata lingkungan dan konservasi. Mengajak wisatawan tidak hanya menikmati alam di Pulau Bawean namun juga ikut melestarikan budaya, menghargai nilai – nilai yang dijunjung tinggi oleh masyarakat lokal. Membantu secara tidak langsung untuk mempromosikan Pulau Bawean agar lebih dikenal oleh masyarakat luar. Konten – konten yang ingin ditampilkan diharapkan juga dapat mengedukasi wisatawannya.

5.9 Kriteria Souvenir Kaos

Beberapa parameter yang digunakan dalam perancangan “Perancangan Desain Kaos Tematik sebagai Souvenir Unggulan Objek Ekowisata Pulau Bawean” :

1. Souvenir kaos tematik Pulau Bawean mencerminkan antara keunikan dan ciri khas Objek Ekowisata Pulau Bawean serta memiliki hubungan kuat keinginan wisatawan.
2. Souvenir kaos tematik Pulau Bawean memiliki tiga unsur yaitu unsur alam, lokal, dan unsur estetika.
3. Souvenir kaos tematik menarik, unik, memberi kesan menyenangkan juga mengikuti tren fashion kaos

Mapping kriteria souvenir kaos dibuat acuan konten dan desain souvenir kaos. Agar setiap desain souvenir kaos yang dihasilkan tetap dalam kebutuhan dari audience.



Bagan 0.3 Kriteria Souvenir Kaos
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.9.1 Kuesioner Kriteria Souvenir Kaos

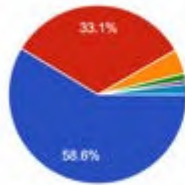
Berdasarkan hasil kuesioner online yang telah sebarakan ke 200 responden terlebih pada target segment, telah memberikan kesimpulan bahwa nantinya hasil ini merupakan sebagai acuan dalam mengerjakan output desain tshirt sesuai dengan permintaan pasar.

9. Apakah anda mengetahui pulau bawean dan wisatanya ?



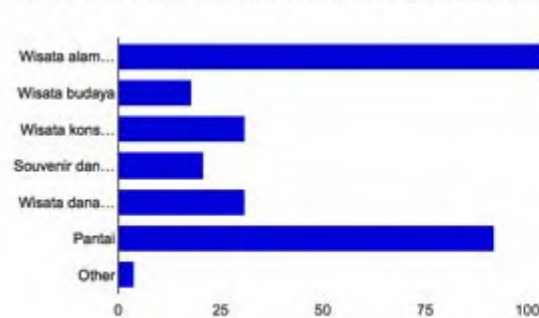
Tahu (Lanjut ke pertanyaan nomor 10) **104** 53.6%
Tidak Tahu (Berhenti di pertanyaan ini) **53** 27.3%

10. Darimana paling banyak anda mengetahui informasi pulau bawean dan wisatanya ?



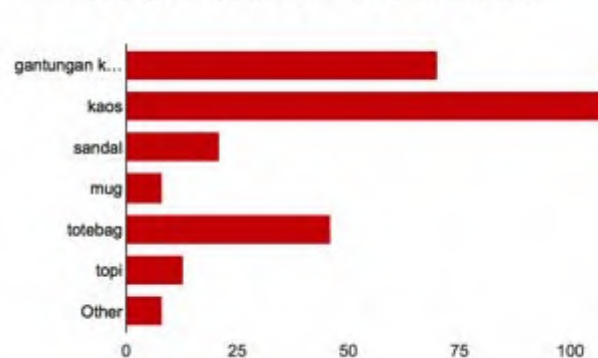
Internet/Sosial media	92	58.6%
Kerabat/rekan	52	33.1%
Tv/Radio	7	4.5%
Brosur/Billboard/Koran	2	1.3%
Pameran wisata	1	0.6%
Other	3	1.9%

11. Apa yang membuat anda tertarik untuk berwisata pulau bawean ?



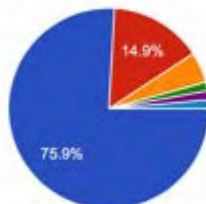
Wisata alam bawah laut	104	71.2%
Wisata budaya	18	12.3%
Wisata konservasi	31	21.2%
Souvenir dan kuliner	21	14.4%
Wisata danau dan air terjun	31	21.2%
Pantai	92	63%
Other	4	2.7%

15. Souvenir jenis apa yang menarik untuk anda ?



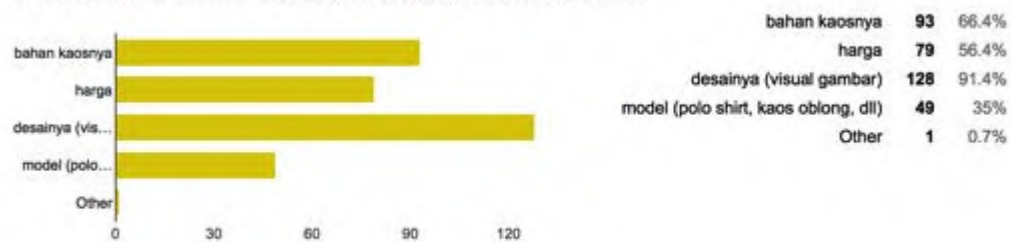
gantungan kunci	70	51.1%
kaos	108	78.8%
sandal	21	15.3%
mug	8	5.8%
totebag	46	33.6%
topi	13	9.5%
Other	8	5.8%

16. Berapa harga yang dapat anda keluarkan untuk membeli souvenir (kaos) ?

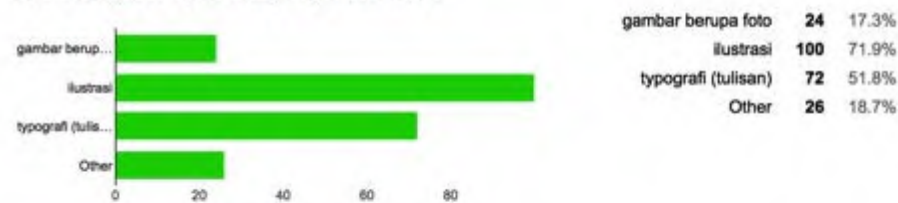


50.000 - 150.000	107	75.9%
150.000 - 250.000	21	14.9%
250.000 - 350.000	7	5%
350.000 - 450.000	2	1.4%
> 450.000	2	1.4%
Other	2	1.4%

17. Apa yang menjadi perhatian anda saat membeli souvenir kaos ?



18. Desain kaos seperti apa yang anda sukai ?



19. Menurut anda apakah souvenir kaos bisa membantu masyarakat untuk mengenali Pulau Bawean ?



Bisa	137	97.9%
Tidak bisa	3	2.1%

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil kuesioner tersebut diantaranya :

1. Usia 18 - 25 domisili jawa timur senang menggunakan internet dalam mencari informasi tentang pariwisata
2. Senang berlibur menuju pantai
3. 33,8% responden tidak mengetahui pulau bawean dan 66,2% tahu
4. Mengetahui informasi pulau bawean dari sosmed dan kerabat
5. Opini tentang pulau bawean adalah pulau yang memiliki pantai indah dan 71,2% tertarik wisata alam bawah laut dari Pulau Bawean
6. 73,4% responden mengetahui keberadaan Pulau Gili dan Noko sebagai objek yang menjadi ciri khas dari Pulau Bawean
7. 72% rsponden menyatakan kebutuhannya terhadap keberadaan souvenir di suatu objek wisata, dan mayoritas dari mereka gemar membeli souvenir sebagai oleh – oleh dan bukti nyata telah mengunjungi objek wisata tersebut.
8. 78,8% responden memiliki ketertarikan dengan souvenir jenis kaos, dan harga yang mau mereka keluarkan ±Rp 50.000 – Rp 250.000

9. Mereka memilih souvenir kaos dengan pertimbangan desainnya, bahan kaos, kemudian harga kaos itu sendiri.
10. Desain kaos yang menjadi kesukaan dari responden adalah dengan visual berupa elemen ilustrasi. Dengan ilustrasi yang menarik responden berpendapat bahwa souvenir kaos dapat membantu masyarakat mengenali Pulau Bawean juga.
11. Konten atau tema yang menjadi ketertarikan dari responden adalah tema bahari, konservasi, dan budaya sebagai tema edisi spesial.

5.9.2 Tipografi

Unsur Tipografi dalam perancangan souvenir kaos ini ada dua, typografi untuk visual kaos, dan tipografi untuk brandmark dari brand souvenir kaos Pulau Bawean. Typografi untuk visual tidak memiliki karakteristik yang dipatokan, karena akan berhubungan dan menyesuaikan dengan desain yang dirancang, sedangkan pada pembuatan brandmark dalam melakukan proses pemilihan tipografi untuk logotype dan body text dengan tujuan mendukung brandmark souvenir kaos Pulau Bawean. Tipografi yang mudah dikenal masyarakat adalah tipografi yang khas dan konsisten pada setiap media yang digunakan, dengan menggunakan tipografi yang unik dan mudah terbaca.

Tipografi yang digunakan pada perancangan souvenir kaos Objek Ekowisata Pulau Bawean berjenis sans serif karena mudah terbaca dan memberi kesan modern, tegas dan fresh, sehingga dapat mewakili karakteristik Pulau Bawean sebagai kawasan ekowisata konservasi alam.

5.9.3 Warna

Warna yang digunakan adalah warna yang mampu menggambarkan keadaan Pulau Bawean dengan tujuan mempresentasikan image sebagai kawasan ekowisata konservasi alam dengan keunggulan wisata baharinya, mengambil tema warna yang berbeda dari komparator dan mengikuti tren pada saat ini yaitu warna yang soft yang lebih sejuk.

Pihak pengelola Pulau Bawean berharap warna yang digunakan akan lebih selaras dan seimbang sehingga warna utama yang digunakan harus mewakili

warna - warna alam darat, dan bahari sehingga karakter tersebut tidak hilang. Untuk menentukan warna yang sesuai dengan maka menggunakan mood board agar kesan yang diinginkan dapat disesuaikan dalam pemilihan grafis warna untuk souvenir kaos.

5.9.4 Tema/series/konten

Tema desain yang diangkat dalam media souvenir Pulau Bawean untuk output/media kaos nantinya dihubungkan dengan keyword “*Biodiversity and Cultural of Ecotourism*”. Dalam keyword tersebut memiliki pengertian bahwa audience yang merupakan wisatawan Pulau Bawean, nantinya akan diajak untuk membantuk melestarikan keanekaragaman hayati dan budaya, baik dalam ilustrasi dan juga potret kehidupan di Pulau Bawean. Baik berupa desain yang mengandung aspek konservasi, edukasi, budaya, dan alam.

Nantinya tiap output desain souvenir kaso Pulau Bawean ini, akan muncul sesuai dengan konten ataupun tematik dan disesuaikan dengan permintaan target segment. Konten/tema yang akan muncul dalam tiap desain souvenir kaos Pulau Bawean ini diantaranya :



Bagan 0.4 Konten/series
(Sumber : Zaghirah, 2016)



Bagan 0.5 Breakdown konten
(Sumber : Zaghirah, 2016)

Spesial Series/Edisi Spesial

Pada proses produksinya, terdapat beberapa strategi produksi lain berupa keluaran kaos edisi spesial. Edisi spesial ini dibuat dalam perkiraan waktu setahun sekali bertepatan dengan event tahunan, tradisi Pulau Bawean yaitu Muludan. Strategi produksi edisi spesial ini dilakukan untuk menarik jumlah wisatawan dan antusias masyarakat terhadap Pulau Bawean. Hal yang melatarbelakangi produksi edisi spesial yang bertepatan pada acara Muludan adalah karena hampir 60% terjadi kenaikan jumlah wisatawan ke Pulau Bawean, beberapa masyarakat Pulau Bawean yang merantau juga sengaja kembali ke Pulau Bawean untuk mengikuti acara tahunan ini. Muludan diadakan sangat meriah, dan pada saat itu beberapa tokoh penting dari daerah maupun luar daerah sengaja datang untuk membantu memeriahkan acara Muludan. Tak terkecuali pers, semakin meriah acara Muludan dengan bantuan pers untuk mempublikasikan.



Gambar 0.13 Muludan di Pulau Bawean
(Sumber : Google)

Kriteria untuk kaos edisi spesial diantaranya :

1. Produksi terbatas hanya 50 kaos
2. Konten tentang tradisi muludan
3. Bahan/material kaos Catton Sluppy
4. Range harga Rp 150.000 – Rp 250.000

5.9.5 Gaya Gambar/Visual

Gaya gambar yang nantinya akan diadopsi kedalam beberapa desain kaos untuk media souvenir kaos Pulau Bawean, menggunakan teknik ilustrasi, baik semirealis maupun vector art bahkan line art ataupun photo imaging dan efek digital lain. Dengan harapan nantinya dari berbagai item desainnya tetap menggambarkan keunikan dan karakteristik dari Pulau Bawean.

Untuk memperjelas dan mempermudah proses penentuan desain final, maka dibuat table klasifikasi kriteria gaya gambar, dimana untuk 15 konten akan di visualisasikan kedalam 10 gaya gambar. Dari sejumlah gaya visual objek yang ada, akan dipilih visual terpilih untuk diproduksi.

KATEGORI OBJEK VISUAL

TEMA	pop art	pattern	vintage	cartoon	psychedelic
ALAM pantai/gili hutan/bukit danau air terjun taman laut					
BUDAYA & TRADISI sejarah kesenian tradisi					
FAUNA rusa bawean penyu hijau					
MASYARAKAT LOKAL rumah adat kerajinan potrait masyarakat					

KATEGORI OBJEK VISUAL

TEMA	photo editing	sketching	watercolour	pointillism	vector
ALAM pantai/gili hutan/bukit danau air terjun taman laut					
BUDAYA & TRADISI sejarah kesenian tradisi					
FAUNA rusa bawean penyu hijau					
MASYARAKAT LOKAL rumah adat kerajinan potrait masyarakat					

Tabel 0.2 Klasifikasi Gaya Gambar Objek Visual
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.9.6 Layout/Print Area



Gambar 0.14 Print Area
(Sumber : Zaghirah, 2016)

Untuk print kaos menggunakan mesin khusus yang sudah berbentuk persegi, berukuran A4 landscape dan portrait (21 x 29.7 cm) dan A3 portrait (29.7 x 42 cm), karena itu area printing harus bagian yang bisa masuk ke area tersebut (bagian depan dan belakang).

5.9.7 Packaging

Desain packaging menjadi sangat penting karena pada packaging kaos nantinya akan didesain sebagai media sekunder mengenalkan Pulau Bawean dengan informasi/knowledge tentang Pulau Bawean.





Gambar 0.15 Packaging
(Sumber : Zaghira, 2016)

5.9.8 Tag



Gambar 0.16 Packaging
(Sumber : Zaghira, 2016)

5.10 Proses Desain







5.10.1 Sketsa Alternatif Desain


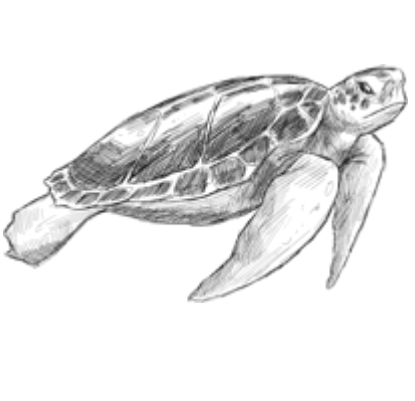






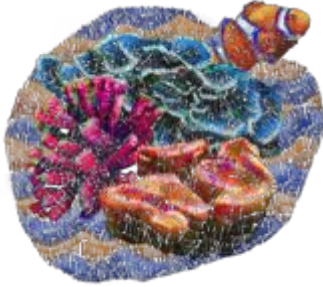








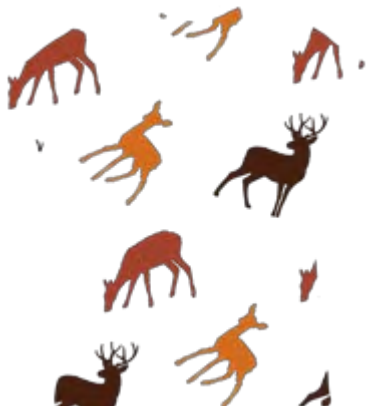
Gambar 0.17 Sketsa Alternatif Desain
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.10.2 Kategori Objek Visual dengan 10 gaya gambar

<p>Stilasi vector</p>		
<p>Pointillism</p>		
<p>Watercolour</p>		

Sketching	 A detailed pencil sketch of a deer's head in profile, facing left. The antlers are large and complex, with many points and a textured, fibrous appearance.	 A pencil sketch of a sea turtle, shown from a side profile swimming towards the right. The shell has a distinct pattern of scutes, and the flippers are clearly defined.
Digital coloring	 A digital illustration of a brown deer standing in a forest. The background is filled with stylized trees and foliage in various shades of green and yellow, suggesting an autumn or spring setting.	 A circular digital illustration of an underwater scene. It features several colorful fish swimming among vibrant, multi-colored coral reefs. The background is a gradient of blue and green, with light rays filtering down.
psychedelic	 A psychedelic illustration featuring a small, dark green cabin with a white roof. Above the cabin is a large, bright red sun partially obscured by white clouds. The text "bawean island" is written in a red, cursive script above the sun.	 A psychedelic illustration of a brown deer standing in a forest. Above the deer is a large, bright red sun. The background is a solid blue color with white horizontal lines at the bottom. The text "BAWEAN ISLAND" is written in a red, blocky font at the bottom.

ekspresionism		
cartoon		
Art deco dan art nouveau		

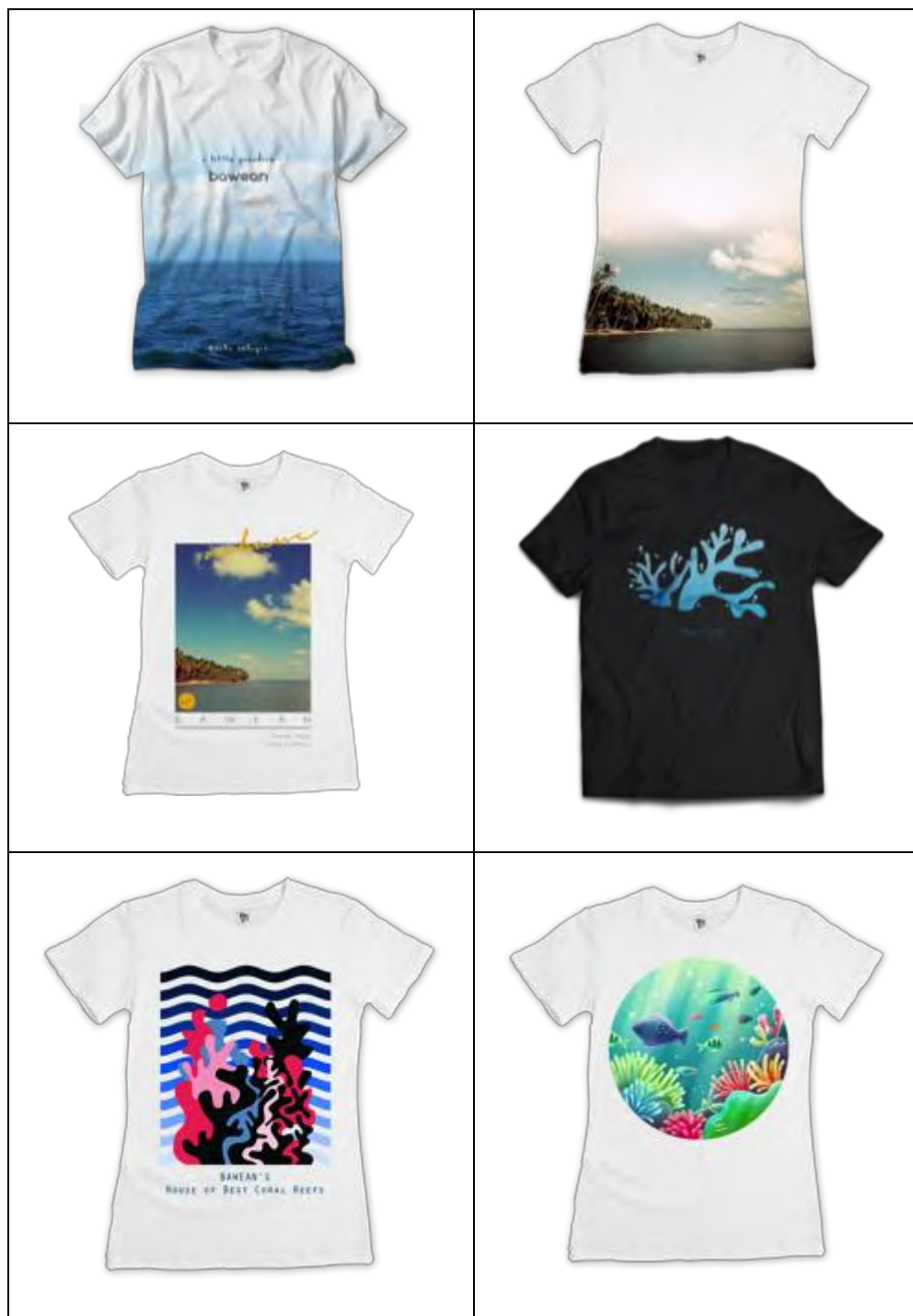
pattern		
---------	---	--

Tabel 0.3 Klasifikasi Objek Visual dengan gaya gambar
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.10.3 Alternatif Desain Kaos

1. Alternatif Desain Kaos tema Bahari







Gambar 0.18 Desain Kaos tema Bahari
(Sumber : Zaghirah, 2016)

2. Alternatif Desain Kaos tema Konservasi







Gambar 0.19 Desain Kaos tema Konservasi
(Sumber : Zaghirah, 2016)

3. Alternatif Desain Kaos tema Budaya/Tradisi



Gambar 0.20 Desain Kaos tema Budaya/Tradisi
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.11 Sistem Produksi

Untuk menentukan strategi media yang sekiranya tepat dan sesuai dengan kebutuhan target segemntasi nya akan merchandise Pulau Bawean. Strategi media dalam sistem produksi yang akan dilakukan adalah :

5.11.1 Spesifikasi Kaos

- a. Jenis Kain : Bamboo Cattoon dan Gildan
- b. Size T-shir : S, M, L, XL, XXL
- c. Finishing : Sablon Thermoflex, dan Premiun DTG
- d. Ukuran Cetak : A4 - A3

5.11.2 Daftar Harga

Size	Neo Pigment non White			Neo pigment + White / DTG premium		
	A4	A3	A2	A4	A3	A2
XS (41 x 62 cm)	44.000	50.000	-	59.000	74.000	-
S (44 x 65 cm)	47.000	53.000	63.000	62.000	77.000	97.000
M (47 x 68 cm)	50.000	56.000	66.000	65.000	80.000	100.000
L (50 x 71 cm)	53.000	59.000	69.000	68.000	83.000	103.000
XL (53 x 73 cm)	56.000	62.000	72.000	71.000	86.000	106.000
XXL (56 x 76 cm)	59.000	65.000	75.000	74.000	89.000	109.000
XXXL (59 x 79 cm)	62.000	68.000	78.000	77.000	92.000	112.000
XXXXL (67 x 78 cm)	72.000	78.000	88.000	87.000	102.000	122.000

Tabel 0.4 Perkiraan Harga Bahan Kaos
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.11.3 Jumlah Produksi

Dalam hal jumlah produksi, dari tiap item desain atau tema hanya diproduksi terbatas, misalnya dalam satu desain hanya diproduksi 7 pcs tiap size atau ukurannya, jadi apabila di kalikan dengan 4 ukuran size S,M, L, XL maka total jumlah produksi tiap item desainnya hanya 28 pcs. Hal

tersebut dikarenakan, untuk menjaga konsistensi bahwa produk souvenir kaos tematik ini agar tetap terlihat dikemas secara eksklusif dan hanya sebagaian orang saja yang memilikinya.

5.11.4 Pendistribusian

Pendistribusian merchandise Pulau Bawean ini nantinya akan dijual di merchandise store khusus Pulau Bawean yang diletakkan di dekat pelabuhan maupun bandara di Pulau Bawean sebagai letak yang paling strategis menarik wisatawan untuk datang dan membeli. Berikut merupakan desain miniatur store “Bawean’s” :

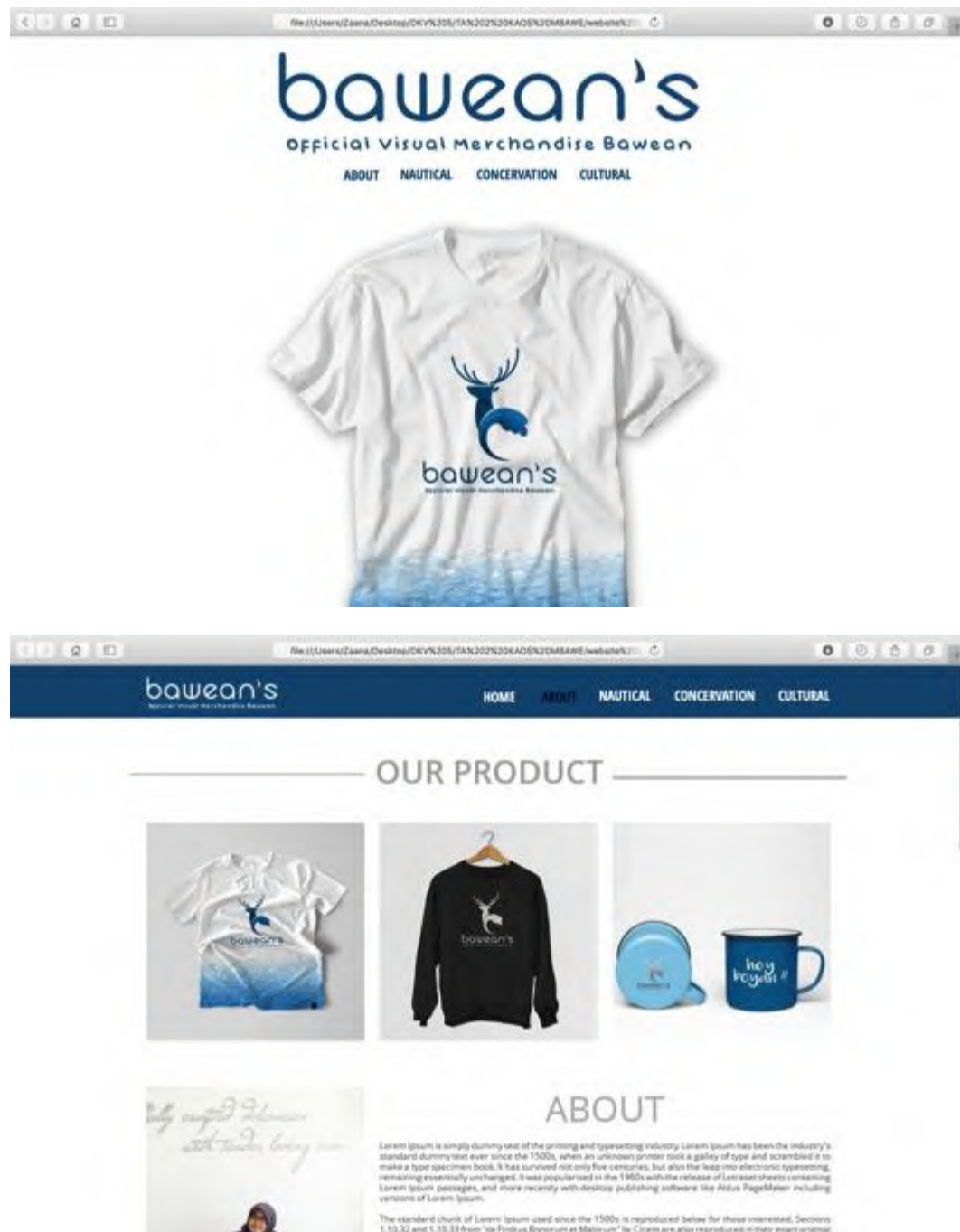


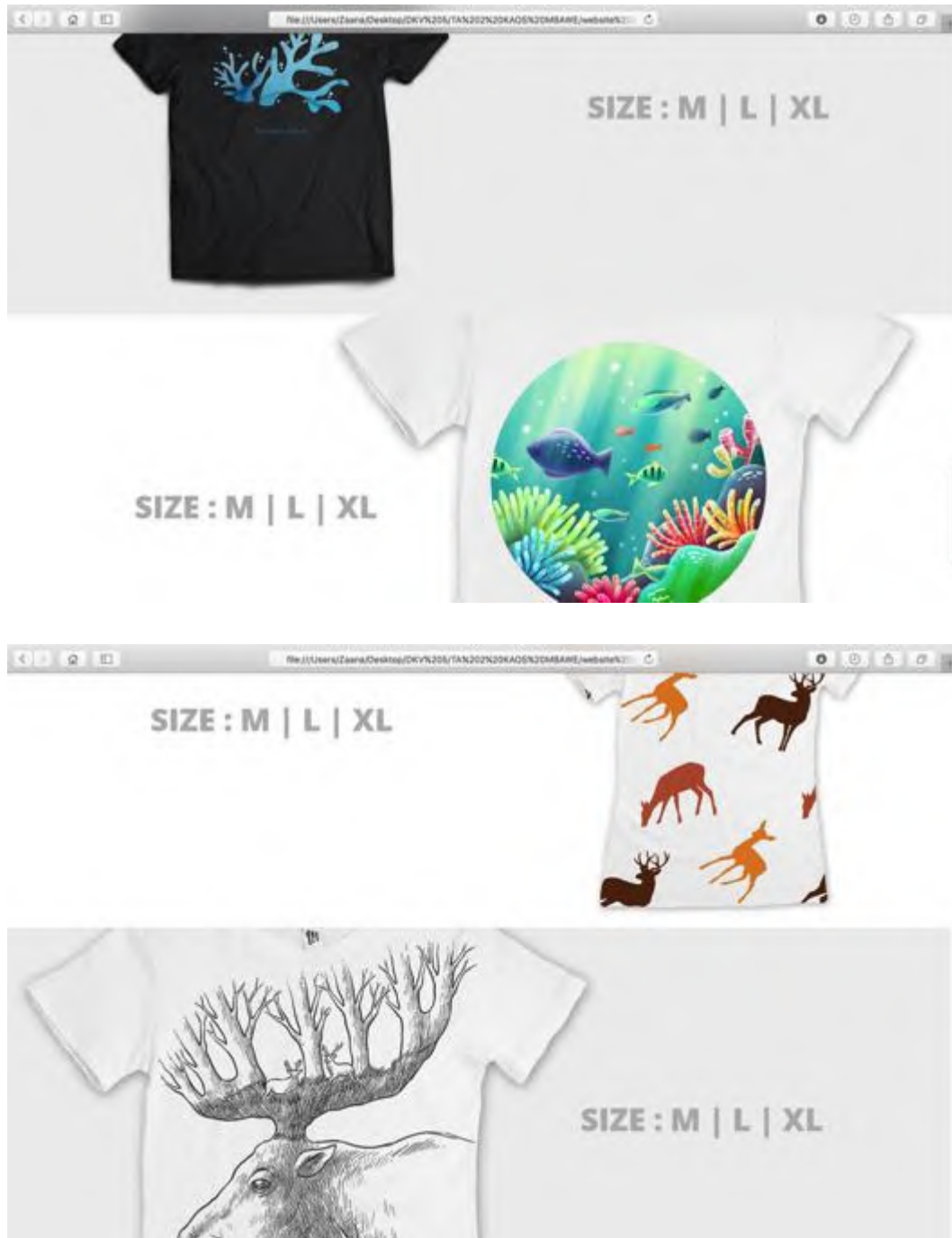
Gambar 0.21 Maket Store “Bawean’s”
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.11.5 Waktu dan Timing

Untuk dari segi waktu, kapan tiap – tiap tema desain tshirt merchandise Pulau Bawean ini akan dikeluarkan, hal tersebut akan diproduksi secara berkala dan berkelanjutan. Tidak hanya menunggu saat stok habis, sehingga wisatawan tidak kesulitan mendapatkan.

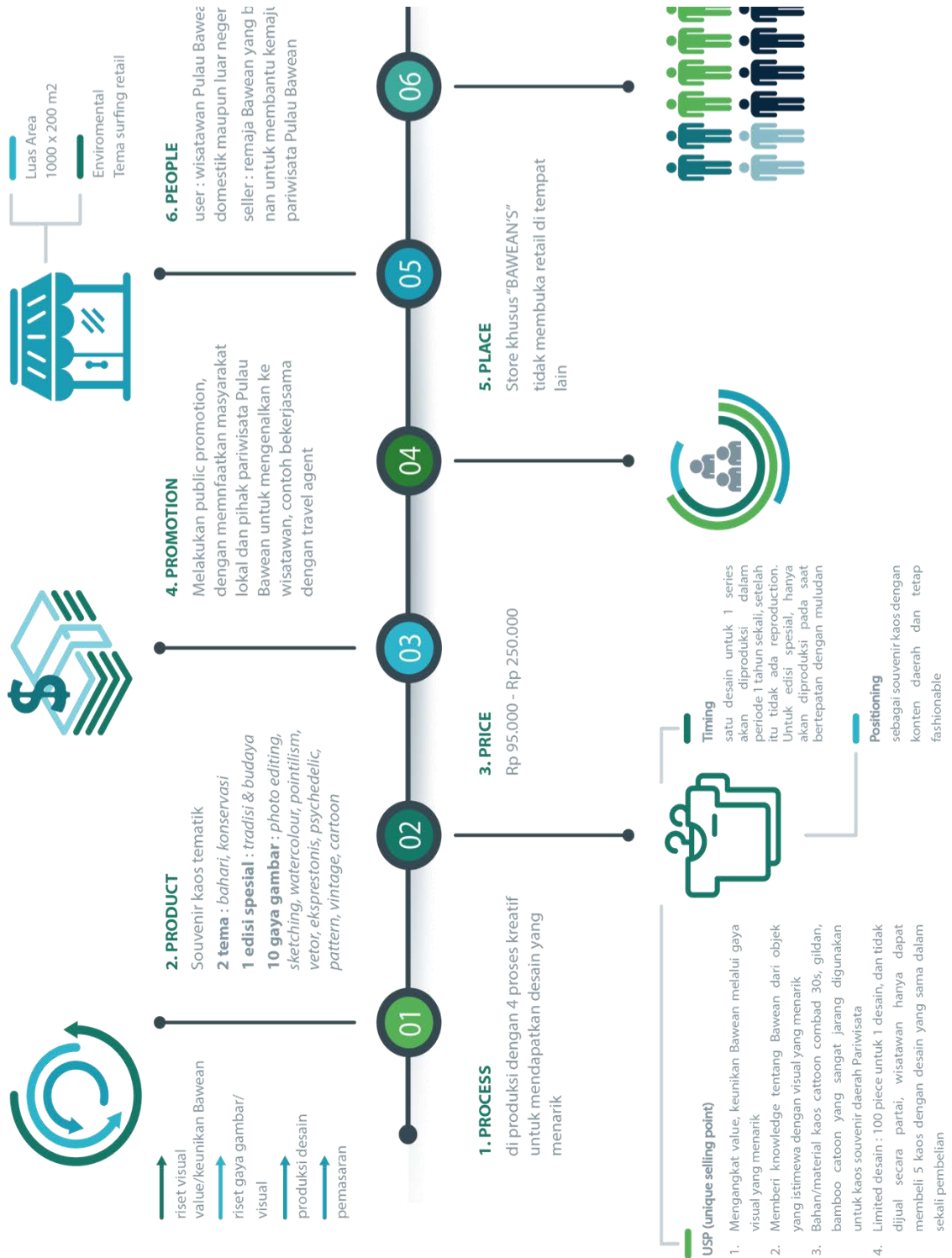
5.12 Media Sekunder (e-Katalog)





Gambar 0.22 e-Katalog
(Sumber : Zaghirah, 2016)

5.13 Marketing Plan



Gambar 0.23 Marketing Plan
(Sumber : Zaghirah, 2016)

“Halaman ini Sengaja Dikosongkan”

LAMPIRAN



Dokumentasi Stand Display Souvenir Kaos Tematik Pulau Bawean
dalam Pameran Tugas Akhir



Dokumentasi sesi uji kaos kepada remaja laki – laki sebagai visual wisatawan
Pulau Bawean untuk mendapatkan opini terhadap kaos yang diproduksi



Lampiran 2

KUESIONER

Kepada yang terhormat para responden. Saya Zaana Zaghirah mahasiswi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Dengan ini dalam rangka memenuhi Tugas Akhir dalam hal mencari data mengenai souvenir Pulau Bawean, penulis memohon kepada para responden untuk dapat mengisi kuesioner yang telah disediakan. Para responden cukup menjawab pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang sangat besar untuk penulis. Terima kasih atas kesediannya dalam mengisi kuesioner berikut.

1. Nama :

.....

2. Jenis kelamin : L / P **coret*
yang tidak perlu

3. Usia :

- a. 15-20 Tahun
- b. 21-25 Tahun
- c. 26-30 Tahun

- d. 31-35 Tahun
- e. >35 Tahun

4. Pekerjaan ?

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. PNS
- c. Wiraswasta
- d. Karyawan/Swasta
- e. Other:

5. Domisili :

.....

6. Pengeluaran perbulan ?

- a. < 500.000
- b. 500.000 - 2.000.000
- c. 3.000.000 - 5.000.000
- d. > 5.000.000

7. Berapa kali dalam setahun anda mengunjungi tempat wisata ?

- a. 1 Kali
- b. 2 Kali
- c. 4 Kali
- d. >4 Kali

8. Kemana paling sering anda berlibur?

- a. Tempat Hiburan



- b. Mall
- c. Gunung
- d. Pantai
- e. Cagar Budaya
- f. Other:

9. Apakah anda mengetahui Pulau Bawean dan wisatanya ?
- a. Tahu
 - b. Tidak Tahu

10. Apa yang membuat anda tertarik untuk berwisata ke Pulau Bawean?
- a. Wisata alam bawah laut
 - b. Wisata budaya
 - c. Wisata konservasi
 - d. Souvenir dan kuliner
 - e. Wisata danau dan air terjun
 - f. Pantai
 - g. Other:

11. Menurut anda objek wisata apa yang mencirikan Pulau Bawean?
- a. Pulau gili & gili noko
 - b. Pulau selayar & noko selayar
 - c. Penangkaran rusa bawean
 - d. Air terjun laccar
 - e. Danau Kastoba

- f. Wisata pemandian air panas

Souvenir

12. Menurut anda seberapa penting kebutuhan souvenir pada objek wisata ?
- a. penting
 - b. biasa saja
 - c. tidak penting
13. Apakah anda termasuk yang gemar membeli souvenir sebagai oleh oleh setelah mengunjungi objek wisata ?
- a. Iya
 - b. Tidak
14. Souvenir jenis apa yang menarik untuk anda ?
- a. gantungan kunci
 - b. kaos
 - c. sandal
 - d. mug
 - e. totebag
 - f. topi
 - g. Other:



15. Berapa harga yang dapat anda keluarkan untuk membeli souvenir (kaos) ?
- 50.000 - 150.000
 - 150.000 - 250.000
 - 250.000 - 350.000
 - 350.000 - 450.000
 - > 450.000
 - Other:
16. Apa yang menjadi perhatian anda saat membeli souvenir kaos?
- bahan kaosnya
 - harga
 - desainya (visual gambar)
 - model (polo shirt, kaos oblong, dll)
 - Other:
17. Desain kaos seperti apa yang anda sukai ?
- gambar berupa foto
 - ilustrasi
 - typografi (tulisan)
 - Other:
18. Menurut anda apakah souvenir kaos bisa membantu masyarakat untuk mengenali Pulau Bawean ?
- Bisa
 - Tidak bisa
19. Konten apa yang anda harapkan ada pada desain kaos Pulau Bawean ?
- budaya
 - pemandangan alam
 - unsur lokal (masyarakat)
 - bahasa
 - flora dan fauna
 - kuliner
 - Other:

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa karya tulis “Perancangan Media Kaos Tematik sebagai Souvenir Pulau Bawean” dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa souvenir khususnya dalam bentuk kaos menjadi hal yang wajib dimiliki oleh wilayah pariwisata yang dalam hal ini adalah Pulau Bawean. Selain untuk mempromosikan potensi pariwisatanya, juga untuk memberi citra yang baik kepada wisatawan. Karena Souvenir merupakan media untuk menyampaikan keunggulan dan keunikan suatu objek pariwisata saat ini kepada masyarakat. Terutama untuk kawasan ekowisata Pulau Bawean.

6.1.1 Kesimpulan dari Segi Konsep Perancangan

Kebutuhan Pulau Bawean akan sebuah souvenir yang menarik, dibutuhkan oleh wisatawanannya dan dapat mengedukasi tentang keunikan dan keunggulan Pulau Bawean telah terpenuhi dengan adanya hasil desain yang dihasilkan oleh penulis. Penulis telah menciptakan desain visual merchandising berupa kaos dengan visual ilustrasi menarik yang mampu meningkatkan reputasi, membangun kepercayaan konsumen, berbeda dengan souvenir kaos kawasan pariwisata lain, sesuai dengan karakteristik dan keunikan sehingga tercermin citra positif Taman Nasional Karimunjawa.

6.1.2 Kesimpulan dari Segi Perancangan Visual

Hasil dari perancangan souvenir kaos tematik berupa desain kaos, brand souvenir, office tools brand, environmental (miniatur store), packaging, e-katalog, yang terintegrasi, dapat mampu memenuhi kebutuhan Pulau Bawean dalam mengikuti perkembangan pariwisata dan obyek wisata di Indonesia. Perancangan tersebut telah memenuhi kebutuhan (needs) dan (wants) Pulau Bawean.

6.2 Saran

6.2.1 Saran dari Segi Penerapan

Pada perancangan ini penulis membatasi ruang lingkup yang dikerjakan untuk menghasilkan sebuah output desain yaitu desain kaos, brand souvenir, office tools brand, environmental (miniatur store), packaging, e-katalog, yang terfokus pada eksekusi dan pembenahan desain secara visual. Sehingga dibutuhkan studi khusus pada penerapan media yang digunakan dalam perancangan ini, guna menghasilkan sebuah output desain yang maksimal dan mampu melengkapi kebutuhan souvenir secara menyeluruh.

Pada perancangan souvenir kaos ini, penulis juga belum melakukan studi marketing secara optimal, hal itu berdampak pada kurang jelasnya sistem marketing. Oleh karena itu perlu diterapkannya studi lebih lanjut mengenai marketing desain. Sehingga didalam penerapannya, desain souvenir kaos dapat teroptimalkan dengan baik. Penerapan system marketing secara baik tersebut dapat mempermudah merealisasikan proses produksi

6.2.2 Saran dari Segi Perancangan Visual

Perancangan kaos tematik sebagai souvenir Pulau Bawean adalah sebuah awal dalam upaya membangun brand baru kepada masyarakat agar mengenal dan tertarik untuk berkunjung ke Pulau Bawean. Perancangan tersebut juga merupakan strategi promosi Pulau Bawean untuk membangun brand awareness Pulau Bawean sebagai wilayah ekowisata yang berbasis konservais, bahari, dan budaya di masyarakat. Selanjutnya proses yang harus dilalui haruslah didukung dengan sebuah konsistensi dalam setiap penerapan elemen visual, dimana dalam penerapannya pada setiap output yang ada keunikan Pulau Bawean haruslah ditampilkan secara konsisten dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Literatur Buku

David A. Aaker , Erich Joachimsthaler . (2009). *Building Assets In an Information Economy*. Free Press.

Knee, Lisa Kidner & Sam. (2008). *Vintage T-Shirts: 500 Authentic Tees from the '70s and '80s*. Los Angeles, Los Angeles: Carlton Publishing Group.

Lightning Archives/Clutch Magazine. (2013). *Historical Wearing Art T-Shirts*. tokyo: Japanese archival book and magazine publisher.

Morioka, Adams. (2004). *Logo Design Workbook – A Hands on Guide to Creating Logos*. china: Rockport Publishers.

Wheeler, Alina. (2009). *Designing Brand Identity, New Jersey: John Willey & Sons, Inc.*

Kertajaya, Hermawan. (2005). *Attracting Tourists, Tourists, Traders, Investors*. Jakarta: Gramedia.

Tony Morgan. (2011). *Visual Merchandising (Window and In-store Display for Retail)*. London: Laurence King.

_(Wheeler, Alina, 2009; Kertajaya, Hermawan, 2005; Tony Morgan, 2011)

Literatur Media Elektronik

Cenadi, Christine Suharto. (n.d.). From <http://dgi-indonesia.com/wp-content/uploads/2009/03/dkv990101011.pdf>.

Wawan Junaidi. (n.d.). *Media Pengenalan dan Promosi*. From <http://wawan-junaidi.blogspot.com/2012/01/pengertian-media.html>.

(n.d.). From https://id.wikipedia.org/wiki/Pulau_Bawean .

BIODATA PENULIS



Zaana Zaghirah Zata Yumni atau lebih akrab dipanggil Zaana, lahir di Kota Gresik pada 3 Mdi 1994. Anak pertama dari 3 bersaudara. Pernah menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Muhammadiyah 1 GKB Gresik, lalu di SMP Negeri 1 Gresik, kemudian melanjutkan di SMA

Muhammadiyah 1 Gresik/ Penulis dalam keseharian memiliki hobi bermain piano, dan instrumen musik lainnya, juga sangat gemar sekali traveling.

Ketika masa belajarnya penulis aktif dalam kegiatan organisasi sekolah dan kampus. Saat dibangku Sekolah Menengah Atas penulis pernah menjabat sebagai staff Ikatan Pemuda Muhammadiyah SMA Muhammadiyah 1 Gresik dan saat diperkuliahan penulis pernah menjabat sebagai bendahara inti Himpunan Mahasiswa IDE periode 2014-2015, dan bendahara event kampus IDE ART periode 2014-2015. Perancangan media kaos tematik sebagai souvenir Pulau Bawean merupakan judul tugas akhir yang diambil oleh penulis, karena penulis tertarik untuk mengangkat potensi pariwisata Pulau Bawean

Untuk kemudahan mengirimkan kritik dan saran mengenai judul perancangan tugas akhir yang diambil oleh penulis , maka penulis dapat dihubungi melalui alamat dibawah ini :

No.Telpon : 081 233 719 709
 E-mail : zaanazaghirahzy@gmail.com
 zaanazaghirah@yahoo.com
 Line : zaanazy
 Instagram : zaanazy